

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

Tema: “El potencial turístico de la comunidad de Ligüiqui, cantón Manta y la demanda turística.”

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del
título de Licenciada en Turismo

AUTORA: García Calvache Génesis Rebeca

TUTOR: Ing. Bolaños Tobar Dennys Andrés, MSc.

Tulcán, 2025.

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que la estudiante García Calvache Génesis Rebeca con el número de cédula 1728037902 ha desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: "El potencial turístico de la comunidad de Ligüiqui, cantón Manta y la demanda turística."

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de la Unidad de Integración Curricular, Titulación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

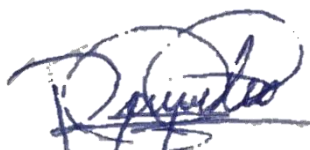
Ing. Bolaños Tobar Dennys Andrés, MSc.
TUTOR

Tulcán, marzo de 2025

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente Trabajo de Integración Curricular constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciada en la Carrera de turismo de la Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales.

Yo, García Calvache Génesis Rebeca con cédula de identidad número 1728037902 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



García Calvache Génesis Rebeca
AUTORA

Tulcán, marzo de 2025

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo García Calvache Génesis Rebeca declaro ser autora de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "El potencial turístico de la comunidad de Ligüiqui, cantón Manta y la demanda turística" y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



García Calvache Génesis Rebeca
AUTORA

Tulcán, marzo de 2025

AGRADECIMIENTO

Esta investigación es el resultado de años de esfuerzo y del apoyo invaluable de personas especiales, a quienes expreso mi más sincero agradecimiento.

A mi padre, mi mayor apoyo. Gracias por cada sacrificio, tus palabras de aliento y consejos que me han guiado en los momentos difíciles. Este logro es también tuyo, porque sin tu esfuerzo y respaldo, no habría sido posible. Cada página de este trabajo lleva algo de ti, y cada meta alcanzada es una forma de honrar todo lo que me has enseñado.

A mi madre, cuyo amor incondicional, fortaleza y apoyo han sido pilares en mi camino. Gracias por ser mi guía, por tus sacrificios silenciosos y por enseñarme a luchar por mis sueños con dedicación y perseverancia. Cada consejo y palabra de aliento han sido mi impulso en los momentos difíciles. Este logro es también tuyo, fruto del amor y los valores que me inculcaste. Gracias por ser mi inspiración y por estar siempre a mi lado.

A Ademar Chamorro, por ser mi compañero de vida y mi apoyo durante este proyecto. Gracias por tu paciencia, por creer en mí incluso en los momentos difíciles, en los momentos de mayor presión y dificultad, por escucharme, motivarme y recordarme lo capaz que soy cuando yo misma dudaba. Tu confianza en mí ha sido una fuente de fortaleza, y tu compañía, un refugio en medio de cada desafío. Tu apoyo y comprensión me han permitido concentrarme y avanzar en este proyecto. Gracias por cada pequeño sacrificio, por tus palabras de aliento y por hacerme sentir que este logro es también nuestro.

A mi director de tesis, Dennys Bolaños, gracias por su paciencia, conocimientos y guía en cada etapa de esta investigación. Su apoyo ha sido clave para superar retos y crecer profesionalmente.

A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a mis profesores, por brindarme las herramientas y conocimientos fundamentales en esta etapa.

¡Gracias infinitas!

DEDICATORIA

Me dedico este logro a mí misma, a la persona que soy hoy y a la que fui durante todo este camino. A quien soñó, luchó y se enfrentó a cada desafío con perseverancia y valentía.

Me dedico esta tesis por cada sacrificio, por cada noche de estudio, y por cada pequeño avance que me acercó a esta meta. Porque he aprendido a confiar en mis capacidades y a seguir adelante, a pesar de las dudas y los obstáculos.

A la persona que se ha demostrado que es capaz de superar sus propios límites y que, con esfuerzo y compromiso, puede alcanzar sus sueños. Este logro es una prueba de mi fortaleza y de todo lo que soy capaz de lograr cuando creo en mí misma.

Con amor y gratitud, me dedico este triunfo como un recordatorio de que siempre valdrá la pena luchar por mis sueños.

A mis padres, por su amor, sacrificio y apoyo me han permitido llegar hasta aquí. Gracias por enseñarme el valor de la educación, por impulsarme a dar lo mejor de mí en cada etapa de mi vida, y por ser siempre un ejemplo de trabajo y constancia. Este logro también es suyo, porque sin ustedes, nada de esto habría sido posible.

A Aldemar, por su amor y paciencia, por ser mi apoyo y mi compañero en cada momento de este recorrido. Tu comprensión y aliento me han ayudado a mantenerme firme en mis metas y a no rendirme cuando las cosas se volvían difíciles. Gracias por ser mi inspiración y por creer siempre en mí.

INDICE

RESUMEN	13
ABSTRACT	14
INTRODUCCIÓN	15
I. EL PROBLEMA	16
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.3. JUSTIFICACIÓN	17
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	18
1.4.1. Objetivo General	18
1.4.2. Objetivos Específicos.....	18
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	18
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	20
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	20
2.2. MARCO TEÓRICO	22
2.2.1. Potencial Turístico	22
2.2.2. Demanda turística	27
III. METODOLOGÍA	30
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	30
3.1.1. Enfoque	30
3.1.2. Tipo de Investigación	30
3.2. IDEA A DEFENDER	31
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	31
3.3.1. Definición de variables	31
3.3.2. Operacionalización de Variables	32
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	33

3.4.1. Métodos.....	33
3.4.2. Técnicas e instrumentos de investigación	33
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO.....	36
3.5.1. Población y muestra	36
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	38
4.1. RESULTADOS.....	38
4.1.1. Levantamiento de los doce componentes del sistema turístico	40
4.1.2. Evaluación del potencial turístico de la comunidad Ligüiqui	64
4.1.3. Demanda turística de Ligüiqui	102
4.2. DISCUSIÓN	120
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	124
5.1. CONCLUSIONES	124
5.2. RECOMENDACIONES.....	126
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	127
VII. ANEXOS	131

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Doce componentes del sistema turístico.....	23
Tabla 2. Factores de la demanda turística.....	27
Tabla 3. Motivaciones de viajes.	28
Tabla 4. Variables del perfil turístico.....	29
Tabla 5. Operacionalización de Variable dependiente.	32
Tabla 7. Rango de escala de Likert para identificar el nivel del potencial turístico. ...	35
Tabla 8. Categoría sitios naturales.	40
Tabla 9. Categoría hechos culturales.	40
Tabla 10. Categoría gastronomía.....	41
Tabla 11. Categoría festividades y eventos.	41
Tabla 12. Cooperativa de camionetas.....	42
Tabla 13. Servicios turísticos.....	43
Tabla 14. Promoción y comercialización.....	46

Tabla 15. Políticas administrativas.....	60
Tabla 16. Instituciones administrativas.	62
Tabla 17. Matriz de evaluación de potencial turístico del territorio.	64
Tabla 18. Matriz de evaluación del componente Natural.	66
Tabla 19. Evaluación del nivel de potencial turístico	69
Tabla 20. Puntaje total de la evaluación.	69
Tabla 21. Matriz de evaluación del componente cultural.	70
Tabla 22. Evaluación del nivel de potencial turístico cultural	73
Tabla 23. Puntaje total de la evaluación.	73
Tabla 24. Matriz de evaluación del componente gastronómico.....	74
Tabla 25. Interpretación de resultados del componente gastronómico.	77
Tabla 26. Puntaje total de la evaluación.	77
Tabla 27. Matriz de evaluación del potencial turístico del componente festividades y eventos.	78
Tabla 28. Resultados del componente fiestas y eventos.	80
Tabla 29. Puntaje total de la evaluación.	80
Tabla 30. Matriz de evaluación componente actividades recreativas.	80
Tabla 31. Resultados del componente actividades recreativas.	83
Tabla 32. Matriz de evaluación del componente vías de acceso.	83
Tabla 33. Resultados del componente vías de acceso.....	84
Tabla 34. Puntaje total de la evaluación.	85
Tabla 35. Matriz de evaluación del componente de seguridad.....	85
Tabla 36. Resultados del componente vías de acceso.....	86
Tabla 37. Puntaje total de la evaluación.	86
Tabla 38. Matriz de evaluación del componente servicios básicos.	86
Tabla 39. Resultados del componente servicios básicos.	87
Tabla 40. Puntaje total de la evaluación.	87
Tabla 41. Matriz de evaluación del componente manejo de desechos.....	87
Tabla 42. Resultados del componente manejo de desechos.	88
Tabla 43. Puntaje total de la evaluación.	88
Tabla 44. Puntaje total de la evaluación.	88
Tabla 45. Interpretación de resultados del componente alojamiento.....	90
Tabla 46. Matriz de evaluación del componente de restauración.	90
Tabla 47. Interpretación de resultados componente Restauración.	91

Tabla 48. Puntaje total de la evaluación.....	92
Tabla 49. Matriz de evaluación del componente consumidor.	92
Tabla 50. Evaluación del nivel de potencial turístico del consumidor.	95
Tabla 51. Puntaje total de la evaluación.....	95
Tabla 52. Matriz de evaluación de promoción y comercialización.	95
Tabla 53. Resultados del componente promoción y comercialización.	96
Tabla 54. Puntaje total de la evaluación.....	96
Tabla 55. Matriz de evaluación de políticas administrativas.	97
Tabla 56. Resultados componente políticas administrativas.	97
Tabla 57. Puntaje total de la evaluación.....	98
Tabla 58. Matriz de evaluación de instituciones administrativas.	98
Tabla 59. Resultados componente instituciones administrativas.	100
Tabla 60. Puntaje total de la evaluación.....	100
Tabla 61. Matriz general de evaluación de potencial turísticos.	101
Tabla 62. Tabla de frecuencia país de residencia.	105
Tabla 63. Tabla de frecuencia ciudad de residencia.	106
Tabla 64. Frecuencia preferencia en actividades culturales.	110
Tabla 65. Frecuencia actividades naturales.	111
Tabla 66. Frecuencia de actividades deportivas.	112
Tabla 67. Resultados de la calificación en escala de Likert.	113
Tabla 68. Frecuencias de la calificación de los visitantes a los servicios turísticos. ...	114
Tabla 69. Calificación de los visitantes a la infraestructura en escala de Likert.	116
Tabla 70. Calificación de Destino.	117
Tabla 71. Calificación de Imagen.....	119
Tabla 72. Entrevista presidente de la Comunidad de Ligüiqui.	135
Tabla 73. Entrevista al director de Turismo del Cantón Manta.....	137

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Funcionamiento del sistema turístico.....	24
Figura 2. Doce componentes dentro del sistema turístico.....	24
Figura 3. Mapa de ubicación comunidad de Ligüiqui.....	39
Figura 4. País de origen de la demanda.	44
Figura 5. Ciudades de residencia de los visitantes a la comunidad.....	44
Figura 6. Demanda comunidad de Ligüiqui.	45

Figura 7. Infografía perfil de turista de Liguíqui.	102
Figura 8. Infografía perfil de turista de Ligüíqui.	103
Figura 9. Infografía perfil de turista de Liguíqui.	104
Figura 10. País de residencia resultado de la encuesta aplicada.	105
Figura 11. Resultados ciudad de residencia.	106
Figura 12. Gasto promedio de visitantes a la comunidad de Ligüíqui.	107
Figura 13. Preferencia de alojamiento turístico.	108
Figura 14. Preferencia gastronómica.	109
Figura 15. Preferencia en actividades culturales.	110
Figura 16. Preferencia en actividades naturaleza.	111
Figura 17. Preferencia de actividades deportivas.	112
Figura 18. Calificación por los visitantes como destino turístico.	113
Figura 19. Resultados de calificación de los servicios turístico.	115
Figura 20. Resultados calificación de la infraestructura turística.	116
Figura 21. Resultados calificación como destino turístico.	118
Figura 22. Resultados de calificación de la imagen turística.	119
Figura 23. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC.	131
Figura 24. Certificado del abstract por parte de idiomas.	132
Figura 25. Certificado del abstract por parte de idiomas.	133
Figura 26. Condigo QR de le evidencia fichas de observación.	134
Figura 27. Jerarquización de atractivos Mintur.	146
Figura 28. Trabajo de campo.	154
Figura 29. Trabajo de campo.	154
Figura 30. Evidencia encuestas.	155
Figura 31. Restos arqueológicos.	155
Figura 32. Restos arqueológicos.	156
Figura 33. Restos arqueológicos.	156
Figura 34. Corales Marinos.	156

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC.	131
Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas.	132
Anexo 3. Fichas de levantamiento de información del potencial turístico.	134
Anexo 4. Entrevista dirigida al presidente de la comuna.	135

Anexo 5. Entrevista dirigida director de turismo de Manta.....	137
Anexo 6. Ficha de jerarquización de atractivos Mintur.	139
Anexo 7. Encuesta perfil del turista.	147
Anexo 8. Evidencia fotográfica.....	154

RESUMEN

Esta investigación evalúa si la comunidad de Ligüiqui, cantón Manta, tiene potencial turístico que permita el aumento de la demanda turística. Para ellos se empleó una metodología cualitativa basada en el modelo de Cabanilla (2013), que evalúa el sistema turístico a través de doce componentes turísticos, mediante las fichas de observación y la matriz de evaluación matemática de potencial turístico. Los resultados revelan que Ligüiqui tiene un potencial turístico moderado, con un 60,76% de potencial turístico, lo que indica que cuenta con recursos y condiciones favorables, pero necesita mejoras en su infraestructura y servicios para aumentar su atractivo. En cuanto a la demanda turística, se realiza la investigación del perfil de turista que visita la comunidad a través de una encuesta, en donde se observa como resultado que el visitante típico es un adulto joven (30-39 años), mayormente hombre, con educación media y empleo en el sector privado. La mayoría son personas casadas que viajan en familia, buscando descanso y contacto con la naturaleza. El estudio concluye que, aunque Ligüiqui posee recursos turísticos valiosos, su desarrollo depende de estrategias que fortalezcan su oferta y mejoren la experiencia del visitante, promoviendo un turismo sostenible y atractivo para el mercado.

Palabras Claves: Potencial turístico, demanda turística, Ligüiqui, evaluación turística, perfil del turista.

ABSTRACT

This study assesses whether the Ligüiqui community in Manta canton possesses the tourism potential to increase its demand. To conduct this research, a qualitative methodology based on Cabanilla's (2013) model was employed. This model evaluates the tourism system through twelve tourism components, utilizing observation sheets and a mathematical evaluation matrix for tourism potential. The results indicate that Ligüiqui exhibits a moderate tourism potential, scoring 60%. It possesses valuable resources and favorable conditions. However, improvements in infrastructure and services are necessary to enhance its attractiveness. Regarding tourism demand, a survey was administered to identify the profile of tourists visiting the community. The findings reveal that the typical visitor to the area is a young adult (30-39 years old), male, with a secondary education, and employed in the private sector. The majority are married couples traveling with their families, seeking relaxation and contact with nature. The study concluded that while Ligüiqui has valuable tourism resources, its development hinges on strategies that strengthen its offering and improve the visitor experience by promoting sustainable tourism that is attractive to the market.

Keywords: Tourism potential, tourism demand, Ligüiqui, tourism evaluation, tourist profile

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo evaluar el potencial turístico de la comunidad de Ligüiqui, en la provincia de Manabí, a través de un enfoque integral basado en la metodología del Dr. Cabanilla. Este modelo analiza los doce componentes del sistema turístico: recursos naturales, hechos culturales, gastronomía, eventos, actividades recreacionales, accesibilidad, servicios básicos, infraestructura turística, perfil del consumidor, promoción y comercialización, políticas administrativas e instituciones.

Para la recopilación de datos se emplearon técnicas como encuestas, entrevistas estructuradas y fichas de observación, lo que permitió obtener información detallada y representativa sobre cada componente. La evaluación se realizó mediante una matriz compuesta por 100 indicadores, que facilitó un análisis cuantitativo y cualitativo riguroso. El puntaje obtenido fue de 413 sobre un total posible de 735, lo que equivale a un 60,76% en la escala evaluativa, clasificando el potencial turístico de Ligüiqui como moderado según la metodología aplicada.

El estudio también identificó el perfil de los visitantes, en su mayoría nacionales, con un 52% viajando en familia y un notable interés en la gastronomía, los recursos naturales y las actividades culturales. Sin embargo, se observan limitaciones en servicios turísticos, infraestructura de alojamiento y transporte público.

Este trabajo proporciona una base sólida para comprender el estado actual del turismo en Ligüiqui, destacando tanto sus fortalezas como los desafíos existentes, con el propósito de fomentar el desarrollo integral y sostenible del destino.

En respuesta a este diagnóstico, se plantean recomendaciones estratégicas dirigidas a diversificar la oferta recreativa, mejorar los servicios básicos y de transporte, y fomentar iniciativas sostenibles que integren a la comunidad local en el desarrollo turístico. Estas acciones buscan no solo potenciar el atractivo de Ligüiqui como destino, sino también promover su desarrollo sostenible, garantizando beneficios económicos, sociales y culturales para sus habitantes y visitantes. Esta investigación resalta la importancia de adoptar un enfoque planificado y participativo para consolidar a Ligüiqui como un destino competitivo en el mercado turístico nacional e internacional.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo es ampliamente reconocido como un motor clave del crecimiento económico y el desarrollo social en todo el mundo. Según el Banco Interamericano de Desarrollo (2006) y la Organización Mundial de la Salud (2015) una planificación adecuada en el sector turístico puede contribuir significativamente al crecimiento económico, el alivio de la pobreza y el bienestar general de las comunidades. En el caso específico de Ecuador, un país conocido por su excepcional diversidad natural, cultural y de biodiversidad, el turismo debería ser un sector estratégico para impulsar su economía.

Sin embargo, a pesar de contar con una riqueza incomparable de recursos naturales y culturales, Ecuador enfrenta desafíos considerables en la gestión y desarrollo de su sector turístico. La falta de una evaluación integral del potencial turístico en varias regiones del país limita significativamente la capacidad de aprovechar al máximo estos recursos. Provincias como Manabí, que albergan joyas naturales y culturales como Liguíquí, enfrentan una situación particularmente desafiante. Aunque estas áreas cuentan con paisajes impresionantes, una rica historia arqueológica y una biodiversidad única, la falta de estudios detallados sobre su potencial turístico impide la implementación de estrategias efectivas para atraer visitantes y generar ingresos sostenibles para las comunidades locales.

Las tendencias actuales del mercado turístico, aceleradas por la pandemia según el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCIP) (2020) señalan un cambio hacia destinos menos convencionales y más alejados de las áreas urbanas densamente pobladas. Esto presenta una oportunidad única para lugares como Liguíquí, situado en una zona rural y poco explorada, que podría satisfacer la creciente demanda de experiencias auténticas y tranquilas en un entorno natural. Sin embargo, la falta de una estrategia clara y de investigación profunda sobre el

potencial turístico de Ligüiqui y áreas similares en Ecuador limita su capacidad para capitalizar estas oportunidades emergentes.

En resumen, la ausencia de una evaluación exhaustiva y estratégica del potencial turístico en lugares como Ligüiqui representa un obstáculo significativo para el desarrollo de un turismo sostenible en Ecuador. Es esencial abordar esta deficiencia mediante la realización de estudios detallados y la implementación de estrategias de planificación efectivas que permitan maximizar los beneficios económicos, sociales y ambientales del turismo en estas regiones. Solo así Ecuador podrá aprovechar plenamente su potencial como destino turístico de clase mundial, beneficiando tanto a sus habitantes como a los visitantes que buscan experiencias enriquecedoras y auténticas.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El desaprovechamiento del potencial turístico en la comunidad de Ligüiqui, cantón Manta, limita el desarrollo como destino turístico disminuyendo la demanda turística.

1.3. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación reviste una importancia significativa tanto para el investigador como para la comunidad de Ligüiqui, ya que se enfoca en explorar y potenciar el turismo como motor de desarrollo económico y social en la región. El sector turístico, no solo en Ecuador sino a nivel global, ha enfrentado desafíos considerables debido a la pandemia, lo cual subraya la urgencia de implementar estrategias efectivas para regular y revitalizar esta industria.

Ligüiqui se distingue por su excepcional riqueza cultural, natural y arqueológica, incluyendo zonas de refugio de vida silvestre marino y corrales marinos de importancia única a nivel mundial. Evaluar y aprovechar de manera integral el potencial turístico de esta comunidad no solo diversificará las opciones de atracción turística más allá de su playa principal, sino que también promoverá el desarrollo económico local mediante la creación de nuevas oportunidades de empleo y el incremento del flujo turístico.

El objetivo central de esta investigación es analizar cómo el desarrollo del potencial turístico de Ligüiqui puede estimular un aumento sostenido en la demanda turística local. Entre los impactos esperados se encuentran:

Impacto Social: Se anticipa que el estudio contribuirá a la generación de empleos directos e indirectos, involucrando a diversos actores locales y fortaleciendo el tejido social mediante la participación de la comunidad en iniciativas turísticas.

Impacto Económico: Se espera que la investigación impulse la economía local al promover la creación de nuevas fuentes de trabajo y el aumento de la inversión en servicios turísticos. Esto incluye la prolongación de estadías de los visitantes en la localidad y el incremento en el uso de servicios ofrecidos por comercios locales.

Los principales beneficiarios de este proyecto serán los habitantes de Ligüiqui, residentes en la zona rural de la parroquia de San Lorenzo, cantón Manta, provincia de Manabí. Adicionalmente, se espera que agencias de viajes, establecimientos de alimentación, transporte y otros negocios complementarios también vean incrementadas sus actividades debido al aumento del turismo en la región.

En síntesis, esta investigación no solo pretende explorar el potencial turístico de Ligüiqui, sino también proporcionar información valiosa que pueda ser utilizada por entidades públicas y privadas del sector turístico interesadas en desarrollar proyectos sostenibles que beneficien tanto a la comunidad local como a los visitantes que buscan experiencias auténticas y enriquecedoras.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Analizar el potencial turístico de Ligüiqui, cantón Manta y la demanda turística durante el año 2023.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente el potencial y la demanda turísticos.
- Evaluar el potencial turístico de la comunidad de Ligüiqui, cantón Manta, como línea base de la investigación
- Identificar la demanda turística actual que tiene la comunidad de Ligüiqui, cantón Manta, para el análisis de las variables.

1.4.3. Preguntas de Investigación

¿Cuáles son los factores que determinan el potencial turístico y cómo se relacionan con la demanda turística según la literatura especializada?

¿Qué recursos naturales, culturales y servicios turísticos posee la comunidad de Ligüiqui que pueden ser considerados potenciales turísticos?

¿De qué manera los recursos y atractivos turísticos de Ligüiqui pueden influir en su desarrollo turístico?

¿Cuál es el perfil de los turistas que visitan actualmente la comunidad de Ligüiqui?

¿Qué factores influyen en la decisión de los turistas para elegir a Ligüiqui como destino?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Existen varias investigaciones realizadas por otros autores que son referencias claves para el desarrollo de la presente investigación. Investigaciones sobre el potencial y demanda turística nacionales e internacionales.

En la investigación de Garrido, C. et al (2022) titulada: Enfoques de turismo y conservación III sección 04 "Evaluación del potencial turístico en el cantón Pedro Vicente Maldonado, Pichincha, Ecuador". Tiene como objetivo la evaluación del potencial turístico del cantón Pedro Vicente Maldonado. Esta investigación estuvo apoyada por diversas herramientas de recolección de datos, utilizando las fichas del manual Cabanillas (2013). Esta metodología descompone el sistema turístico mediante el análisis de los doce componentes del sistema turístico: natural, hechos cultural, gastronómico, festividades y eventos, actividades recreacionales, vías de acceso, servicios turísticos, promoción y comercialización e instituciones administrativas. Tras la recopilación de la información con otras técnicas como la observación, encuestas, entrevistas; se utilizó la matriz de evaluación del potencial turístico del territorio. Finalmente se utilizó la escala de Likert que fue la herramienta que permitió transformar los datos cualitativos en cuantitativos.

La investigación de Conde, Schmidt, & Magaña (2015) titulada "Procedimiento para evaluar el potencial de municipios turísticos", tiene como objetivo evaluar el potencial turístico de un territorio. En este estudio, se consideran elementos clave como los recursos, la oferta, la demanda, los servicios y la infraestructura turística. Utilizando esta información, se identifican las oportunidades de desarrollo, así como las amenazas, fortalezas y debilidades, lo que permite definir estrategias futuras. La metodología propuesta incluye la medición de la oferta y la demanda turísticas, lo que ayuda a determinar el nivel del potencial del destino. Las técnicas empleadas en esta metodología son el análisis documental, la observación y el uso de herramientas como las encuestas.

En su tesis de investigación titulada "Evaluación del potencial turístico de la parroquia de Nayón, cantón Quito, provincia de Pichincha", Juiña Jessica (2017) llevó a cabo un estudio detallado del potencial turístico mediante el análisis exhaustivo de los doce componentes que conforman el sistema turístico de la parroquia. Esta evaluación se basó en el uso de indicadores específicos para cada componente, permitiendo posteriormente la formulación de lineamientos estratégicos en función de las fortalezas y debilidades identificadas. El método utilizado fue principalmente descriptivo, complementado con diversas técnicas de investigación como la observación, que facilitó un diagnóstico situacional preciso del territorio para determinar su potencial turístico. Además, se empleó un enfoque mixto que combinó evaluaciones cualitativas y cuantitativas, utilizando herramientas como la observación participativa, entrevistas en grupo focal, encuestas y el análisis detallado de los doce componentes del sistema turístico.

Este enfoque metodológico integral proporcionó un marco robusto para comprender a fondo el potencial turístico de Nayón, permitiendo la identificación precisa de áreas clave y orientando el desarrollo de estrategias efectivas para promover y mejorar el turismo en la región.

Como señala (Pérez, 2017) en la investigación centrada en el análisis de la demanda turística del cantón Naranjal, en la provincia del Guayas para el desarrollo de un plan promocional turístico, examinó detalladamente el patrón de visitantes en esta área. Mediante un enfoque mixto que combinó encuestas dirigidas a los turistas que frecuentan Naranjal y entrevistas con funcionarios locales versados en el sector turístico, se recolectaron datos esenciales.

La investigación contribuye al conocimiento sobre la demanda turística al emplear encuestas para identificar a los visitantes del área, permitiendo así la caracterización del perfil demográfico del turista que frecuenta el lugar.

El libro de los autores Guerrero, Bolaños e Iturralde (2023), titulada "Datos turísticos del mundo, del Ecuador y del Carchi", resulta crucial para fundamentar el análisis de la demanda turística en esta investigación. Su enfoque en la recopilación y análisis de datos estadísticos sobre el comportamiento del consumidor en el sector turístico no solo es fundamental para la gestión estratégica de destinos y la creación de productos adaptados al mercado, sino que también proporciona una visión clara de las tendencias emergentes que están configurando el mercado turístico actual.

Este estudio emplea encuestas como método principal para identificar y caracterizar a los turistas que visitan la provincia del Carchi, lo cual permite obtener una comprensión detallada del perfil demográfico y comportamental de los visitantes. Esta metodología no solo facilita la recolección sistemática de datos, sino que también permite una estructuración efectiva de los resultados. Por lo tanto, este trabajo no solo ofrece un modelo replicable para investigaciones locales similares, sino que también promueve el desarrollo de estrategias turísticas informadas por evidencia empírica y teórica.

2.2. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se citan a distintos autores con referencia teórica en la actual investigación. Se da a conocer los términos que se usaran en la variable dependiente que es "el potencial turístico", además se define el procedimiento de cómo se va a evaluar.

2.2.1. Potencial Turístico

Evaluar el potencial turístico de un lugar es mucho más que un análisis técnico; se trata de entender si una región tiene lo necesario para ser destino turístico. Cuando se logra entender qué es lo que hace único a un lugar, que posibilite la creación de nuevos proyectos turísticos que no solo atraen a los visitantes, sino que también reflejan y respetan la esencia del lugar. Esto nos permite identificar los recursos que pueden convertirse y generar experiencias auténticas (Covarrubias,2015).

El potencial turístico es lo que tiene que ofrecer un lugar en productos y servicios enfocados en satisfacer las necesidades existentes de los visitantes y turistas nacionales e internacionales.

Es así que, el potencial turístico se comprende como los elementos que están presentes dentro de un espacio geográfico. Se debe considerar que según la Real Academia española "potencial" es la capacidad para ejecutar algo o producir un efecto. Haciendo referencia a algo que aún no ha sido desarrollado o aprovechado con gran capacidad latente, a la espera de ser aprovechada.

Los autores Zimmer & Grassmann, (1996) indican que evaluar el potencial turístico local conlleva dos fases fundamentales:

- El análisis de la situación turística, fase en la que se examina la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado

- El diagnóstico, al poner en perspectiva los resultados del análisis de la situación, nos ayudará a descubrir tanto las fortalezas como las áreas que necesitan mejorar en el territorio. También permitirá identificar las oportunidades que pueden aprovecharse y los riesgos que debemos tener en cuenta para avanzar de manera efectiva.

Por otro lado, en la metodología de propuesta por Cabanilla, (2013), en su Manual integral de trabajo de campo, para evaluar el potencial turístico tiene un enfoque participativo, social, espacial y económico. En el que menciona que para evaluar el potencial turístico se debe tener en cuenta los siguientes procesos:

- Identificar de los elementos del sistema turístico
- Valoración del sistema turístico del sistema turístico
- Lineamientos y estrategias

2.2.1.1. Identificación de los elementos del sistema turístico

El primer paso de la metodología de Cabanilla es identificar los elementos del sistema turístico en base de 12 componentes como los plantea el autor en la Tabla 1.

Tabla 1. Doce componentes del sistema turístico.

Componentes del sistema turístico	
Natural	Hechos culturales
Gastronómico	Festividades y eventos
Actividades recreacionales	Vías de acceso
Seguridad, salud, servicios básicos	Servicios turísticos
Consumidor	Promoción / Comercialización
Políticas Administrativas	Instituciones Administrativas

Fuente: (Cabanilla, 2013).

Los doce componentes están dentro del sistema turístico. Según Boullón, (2006) se representa el sistema turístico a travez del modelo oferta-demanda que lo representa de la figura 1.

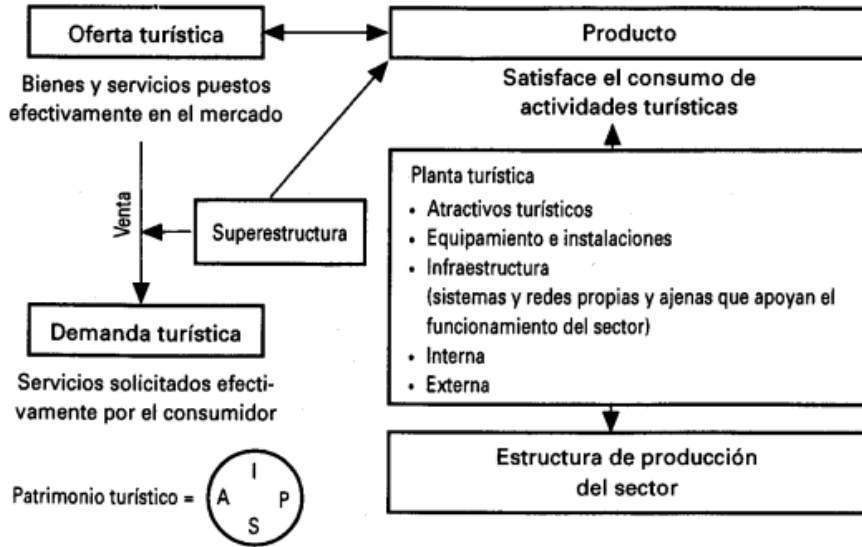


Figura 1. Funcionamiento del sistema turístico.
Fuente:(Bullón, 2006.)

Se identifica que los 12 componentes están dentro del sistema turístico, los elementos del sistema turístico son: oferta, demanda, comercialización y superestructura turísticas. Se identifica como están inmiscuidos los doce componentes en la figura 2.

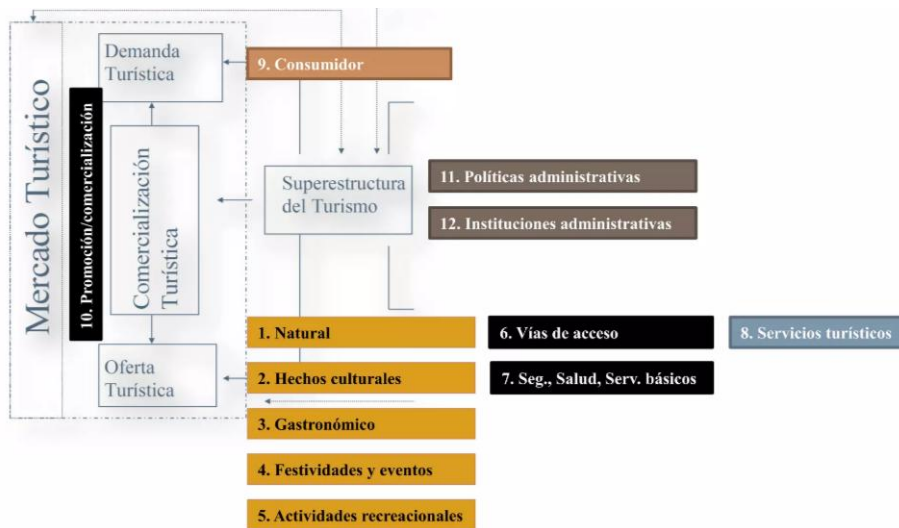


Figura 2. Doce componentes dentro del sistema turístico.
Fuente:(Cabanilla, 2013)

Los elementos del sistema turístico tienen un rol fundamental dentro del mercado turístico, a continuación, se detallan estos elementos según Bullón (2006).

Oferta turística. Según Fuentes, (2013) menciona que, la oferta turística son los “bienes y servicios que se encuentran a disposición de los turistas” (p.91). Por lo tanto, la oferta de un territorio dependerá de la existencia y equipamiento de la planta turística e infraestructura como alojamientos, hoteles, atractivo, actividades y transporte turístico, con el fin de cubrir las necesidades de los turistas.

Demanda turística. Socatelli (2015) es el “conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje.” (p.1)

Según Socatelli (2015) explica que existe 4 tipos de demanda:

- Demanda Actual: es el número actual de turistas, viajeros o visitantes que participan en la actividad turística.
- Demanda Potencial: el número teórico de personas que posiblemente pueden adquirir el producto considerado.
- Demanda Diferida: personas que no han podido viajar por algún problema en el entorno.
- La No Demanda: personas que simplemente no desean viajar el lugar.

Comercialización turística. Técnicas que se emplean para promocionar y vender a los consumidores, pueden ser programas promocionales o estrategias de marketing que ayuden a que la demanda conozca los productos y servicios que se ofertan.

Superestructura turística. Son todos los organismos ya sean públicos o privados que se encargan del funcionamiento de los elementos turísticos, que tienen como objetivo organizar, planificar y coordinar las actividades turísticas.

2.2.1.2. Valoración y sistematización turística

Según la metodología propuesta por Cabanilla, (2013), para realizar el segundo paso de la evaluación del potencial turístico se realiza la sistematización y valoración de los doce componentes a través de una matriz de indicadores básicos con los que se pretenden identificar cual es el potencial turístico del área de estudio.

2.2.1.3. Lineamientos y estrategias

El tercer paso se centra en la formulación de lineamientos y estrategias. Como explica Cabanilla, (2013), esto implica la creación de un plan estratégico turístico donde se establecen la visión y misión del proyecto, los principios que lo guiarán, la priorización de proyectos, la asignación de responsabilidades, un cronograma detallado, y una

estimación de la inversión requerida para llevar a cabo la implementación del turismo en la zona.

2.2.2. Demanda turística

Interpretado por Madrazo & Pérez (2011), "la demanda turística es como el conjunto de turistas actuales y potenciales que desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes y (o) servicios turísticos en función del precio y su renta "(p. 4-5).

La demanda turística para (González & Pérez, 2011) es clasificada en dos grupos:

La demanda efectiva o presente: cantidad actual de individuos que se involucran en el sector turístico como consumidores de servicios y que poseen los medios y la disposición para hacerlo.

La demanda latente: individuos que, por diversas razones se relación con factores que afectan la demanda, no están involucrados en actividades turísticas. Dentro de esta categoría se distinguen:

- La posibilidad de demanda: no ha realizado un viaje por un motivo específico, pero podrían hacerlo en el futuro.
- Demanda diferida: no ha logrado viajar debido a algún inconveniente vinculado al entorno o provocado por dificultades de la oferta.
- La no demanda: definida por un conjunto de individuos

2.2.2.1. Factores de la demanda turística

Los factores determinantes o que condicionan la decisión de viajar que influyen son las siguientes que se muestran en la tabla 2:

Tabla 2. Factores de la demanda turística

Factores de la demanda turística	
Económicos	Nivel de renta disponible Precios del destino Precios de los destinos competitivos
Relativos a las unidades demandantes	Gustos y preferencias del turista Motivación Condiciones socioculturales Tiempo de ocio Factores geográficos
Sistema de comercialización	Gastos de publicidad

Fuente: González & Pérez (2011).

2.2.2.2. Motivadores de viajes

Razones específicas que hacen que las personas viajen y que a su vez determinan el tipo de viaje, los lugares que visitan, las actividades y las atracciones que disfrutan. Se detalla en la tabla 3.

Tabla 3. Motivaciones de viajes.

Motivaciones	Clasificación
Motivaciones Físicas & Psíquicas	Turismo Deportivo
	Turismo de Sol y Playa
	Turismo Temático
	Turismo de Casinos y Centros Nocturnos
	Turismo Naturalista y Ecoturismo
	Turismo de aventura
	Turismo de Salud
	Turismo de relajación
	Turismo de bienestar
Turismo medico	
Motivaciones Culturales	Turismo religioso
	Turismo étnico.
	Turismo de posguerra.
	Turismo arquitectónico y monumental
	Turismo gastronómico
	Ecoturismo
	Turismo folclórico
	Turismo artístico y estético
Turismo industria.	
Motivaciones Interpersonales	Turismo familiar
	Turismo rural
	Viajes de Solteros
	Turismo alternativo
	Turismo libertino.
Motivaciones de Estatus y Prestigio	Turismo de negocios
	Turismo educativo
	Turismo de congresos y convenciones
	Viajes de incentivos.
	Ferias y exposiciones

Fuente: (Socatelli 2015).

2.2.2.3. Perfil turístico

El perfil turístico se refiere a la descripción de las características de los turistas en un destino específico. Esta descripción se basa en variables como las socioeconómicas, psicográficas y demográficas. De acuerdo con Pat y Calderón (2012), conocer este perfil permite entender mejor las preferencias, gustos, necesidades y expectativas de los turistas, lo que ayuda a las empresas y destinos turísticos a ajustar su gestión y servicios para satisfacer esas demandas y expectativas.

Para poder identificar el perfil turístico tenemos las siguientes variables en la tabla 4.

Tabla 4. Variables del perfil turístico.

Variables del perfil turístico.	
VARIABLES SOCIOECONÓMICAS	Indican el estado o situación del cliente o consumidor, como sus ingresos, la ocupación, o el nivel de estudios (González, 2016).
VARIABLES PSICOGRÁFICAS	Identifican aspectos como valores, actitudes, deseos, opiniones, personalidad o estilo de vida (Ciribeli y Miguelito, 2015).
MOTIVACIÓN DE LA VISITA	La motivación puede definirse como el resultado de la interacción de varios factores, que incluyen los componentes intelectuales, social, de la competitividad y del proceso de estímulo y fuga (López, 2006).
VARIABLES DEMOGRÁFICAS	Las variables demográficas por su parte se refieren o tienen que ver de forma directa con; etnia, la edad, el género, grado de instrucción, ingresos, estado civil, religión, profesión, etc. (Ciribeli & Miquelito, 2015).
NIVEL DE INGRESOS	Para entender que es el nivel de ingresos hay que dividirlos en su clasificación e donde se encuentran nivel alto, medio y bajo, y dentro de las cuales una familia puede ser ubicada dentro de un contexto social (Alvarado & Pinos, 2017).
FRECUENCIA DE VIAJE	Una frecuencia según la Real Academia de la Lengua, es la repetición mayor o menor de un acto o de un suceso, lo cual para el turismo se puede definir como el número de veces que un turista visita un destino al año. (RAE, 2020).
MOTIVACIÓN DE VIAJE	Factores que impulsan al viajero a llevar a cabo diferentes actividades. (Forteza, Lam González, & Ledesma, 2017). Lo cual para el turismo se define como la razón u objeto por el cual una persona decide trasladarse de un lugar a otro.
EXPERIENCIA TURÍSTICA	Según (Carballo, 2014). La experiencia turística implica una percepción individual y subjetiva, influenciada por las expectativas de cada persona hacia un destino, integrando dimensiones cognitivas, emocionales y de comportamiento.

Fuente: Adaptado de Cabanilla (2013).

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

En el siguiente estudio se utilizó una metodología cualitativa que son “investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” (Quecedo & Castaño, 2002). Este enfoque analiza características o fenómenos cualitativos con el objetivo de comprenderlos dentro de un contexto específico. Se basa en la interpretación de significados, descripciones y definiciones, considerando su entorno particular. (Quecedo & Castaño, 2002).

Para el método cualitativo se utilizaron fichas de evaluación, en las cuales se recopiló toda la información necesaria para desarrollar la investigación, además la valoración se la determino de acuerdo a ciertas características las cuales se puntualizaron en la tabla de indicadores Para el enfoque cualitativo, se ejecutaron 384 encuestas, que describieron a la demanda real.

3.1.2. Tipo de Investigación

Se emplearon tres tipos de investigación que contribuyeron al desarrollo lógico y coherente del estudio. A continuación, se detallan los enfoques de investigación utilizados:

3.1.2.1. Investigación documental

Según Morales, (2003), la investigación documental se basa en la utilización de documentos escritos, ya sean impresos, electrónicos o audiovisuales, como fuente principal de información. Estos materiales, que provienen de investigaciones anteriores o de análisis teóricos, conforman el fundamento teórico del área de estudio.

Este tipo de investigación se eligió porque facilitó la construcción de un marco teórico para cada variable. La investigación se llevó a cabo a través de la búsqueda y el uso de libros, artículos académicos, revistas y recursos en línea para respaldar el estudio.

3.1.2.2. Investigación de campo

La investigación de campo se realiza en el entorno donde sucede el fenómeno estudiado, recopilando datos directamente de la realidad sin intervenir ni alterar las variables. Esta investigación permite conocimientos de la realidad social se realiza en el propio sitio donde se encuentra el objeto de estudio. Permitiendo un conocimiento más a fondo del investigador (Graterol, 2011).

Se optó por este tipo de investigación porque se realizaron encuestas a turistas y entrevistas con funcionarios y técnicos en turismo de Manta, en la comunidad de Liguíqui. Esto permitirá conocer de primera mano el potencial turístico de la zona. También se usarán fichas de observación cualitativa y cuantitativa para evaluar cómo está la situación en la actualidad.

3.1.2.3. Investigación descriptiva.

En este proyecto, se utilizó la investigación descriptiva para identificar y describir las características principales de las personas, grupos, comunidades u objetos estudiados. Es esencial que la información recolectada sea precisa, auténtica y sistemática, centrándose en aspectos que puedan ser observados y verificados (Guevara Alban, Verdesoto Arguello, & Castro Molina, 2020).

3.2. IDEA A DEFENDER

La evaluación del potencial turístico y la identificación de la demanda contribuyen a la viabilidad como destino turístico de la comunidad de Liguíqui cantón Manta en el año 2023.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

En la investigación se realizó la operacionalización de las variables independiente y dependiente los cuales se muestran en las Tabla 5.

3.3.1. Definición de variables

Variable dependiente: Potencial turístico: Es lo que tiene que ofrecer un lugar en productos y servicios enfocados en satisfacer las necesidades existentes de los visitantes y turistas nacionales e internacionales. Es así que, el potencial turístico se comprende como los elementos que están presentes dentro de un espacio geográfico. (Covarrubias,2015).

Variable independiente: Demanda turística: La demanda turística menciona Socatelli (2015) es el "conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje." (p.1).

3.3.2. Operacionalización de Variables

La operacionalización de variables se muestra en la siguiente tabla 5.

Tabla 5. Operacionalización de Variable dependiente.

Variables	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
Variable dependiente	Planta turística	Oferta turística	Observación	Ficha de Observación
		Demanda turística		
Potencial Turístico	Competencia turística	Infraestructura	Entrevista	Cuestionario
		Súper infraestructura		
Variable independiente	Tendencia de mercado	Planta turística	Entrevista	Cuestionario
		Súper infraestructura		
Variable independiente	Sociodemográficas	Político	Encuesta	Cuestionario
		Medio ambiental		
Demanda turística	Motivaciones	Económico	Encuesta	Cuestionario
		Social		
Variable independiente	Experiencias	Tecnológico	Encuesta	Cuestionario
		Climatología		
Variable independiente	Experiencias	Demografía	Encuesta	Cuestionario
		Seguridad		
Variable independiente	Experiencias	Edad	Encuesta	Cuestionario
		Genero		
Variable independiente	Experiencias	Ocupación	Encuesta	Cuestionario
		Situación laboral actual		
Variable independiente	Experiencias	Situación económica actual	Encuesta	Cuestionario
		Grado de instrucción		
Variable independiente	Experiencias	Estado civil	Encuesta	Cuestionario
		Ingresos		
Variable independiente	Experiencias	Tamaño de la familia	Encuesta	Cuestionario
		Vacaciones, recreación u ocio		
Variable independiente	Experiencias	Visitas a familiares	Encuesta	Cuestionario
		Negocios		
Variable independiente	Experiencias	Satisfacción en base a la experiencia vivida	Encuesta	Cuestionario

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

En lo que respecta a los métodos, se consideran las técnicas que se utilizarán en la investigación, apoyadas por herramientas que permitirán obtener resultados precisos.

3.4.1. Métodos

La investigación es no experimental de tipo descriptivo, debido que se caracteriza por la recolección de datos en un solo momento, sin la manipulación de variables.

3.4.1.1 Métodos descriptivos

Para la investigación se consideró el método descriptivo ya que permite analizar y presentar los resultados de las observaciones realizadas. Abreu (2014) asegura "este método se realiza una exposición narrativa, numérica y/o gráfica, bien detallada y exhaustiva de la realidad que se estudia" (p.198).

Esta investigación permitió recolectar información sobre los 12 componentes del sistema turístico a través de las fichas con los indicadores propuestos por el Dr. Cabanilla (2013), las cuales describieron detalladamente cada uno de los atractivos presentes en la Comunidad de Ligüiqui. Posteriormente, se evaluó cada componente utilizando las ponderaciones establecidas en la tesis de Juiña Jessica (2017) y complementadas con el libro de Garrido, C. et al. (2022), con el objetivo de analizar minuciosamente los resultados. Además, en esta investigación como aporte se incluye una interpretación de los rangos de calificación del potencial turístico.

3.4.2. Técnicas e instrumentos de investigación

En esta investigación se emplearon diversas técnicas e instrumentos para la recolección de información, cada uno de ellos desempeñando un papel crucial en el análisis del potencial turístico.

3.4.2.1. Técnicas

3.4.2.1.1. Observación simple no regulada

El propósito de esta técnica es explorar y describir entornos, comunidades, subculturas y diversos aspectos de la vida social, lo que requiere adoptar un enfoque activo y reflexivo. Es esencial estar atento a los detalles, observar cuidadosamente los eventos, sucesos e interacciones que se presentan en el entorno estudiado (UPEC,2022).

3.4.2.1.2. Encuestas

Una encuesta consiste en un conjunto de preguntas orientadas hacia un segmento demográfico de la población, con el propósito de investigar las opiniones, actitudes

o comportamientos de las personas respecto a temas específicos (UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI, 2022).

3.4.2.1.3. Entrevista

Una técnica que facilita la obtención de respuestas verbales en encuentros directos entre el entrevistador y el entrevistado. Esta interacción permite aclarar dudas, obtener información más completa y enriquecer los datos recolectados a través de otros métodos, como cuestionarios o la observación (UPEC,2022).

3.4.2.1.4. Evaluación de los doce componentes del sistema turístico

Es una técnica de recolección y análisis de información turística para determinar la potencialidad de los componentes (Díaz, 2018).

3.4.2.1.5. Escala de medición

- Escala de Likert

La escala de Likert mide actitudes, evaluando el grado de disposición de los individuos en contextos sociales específicos. El objetivo es agrupar numéricamente los datos expresados de forma verbal, permitiendo su análisis cuantitativo (Malave, 2007, p.4).

Rango de escalas

Esta herramienta servirá para medir los 12 componentes del sistema turístico e identificar el nivel de potencialidad turística de cada uno a continuación se describe los rangos en la tabla 6.

Tabla 6. Rango de escala de Likert para identificar el nivel del potencial turístico.

Nivel del potencial turístico	Porcentaje	Razones
Muy alto	100%- 81%	Refleja un alto grado de desarrollo turístico. Significa que el componente evaluado cumple con altos estándares en infraestructura, accesibilidad y promoción, lo que permite ofrecer una experiencia turística completa. En este nivel, el destino tiene una alta demanda y contribuye de manera significativa al desarrollo económico y social de la comunidad.
Alto	80,99%- 61%	En este rango, el componente presenta condiciones favorables para el turismo. Cuenta con infraestructura y servicios adecuados, promoción y gestión, aunque todavía hay margen para mejorar en innovación, sostenibilidad o diversificación de la oferta. Este nivel indica que el destino es competitivo y atractivo.
Medio	60,99-41%	Indica que el componente tiene un potencial moderado, con aspectos positivos, pero con oportunidades de mejora en áreas como infraestructura, servicios o promoción. En este nivel, se requieren estrategias de fortalecimiento y mejora la experiencia del visitante.
Bajo	40,99%- 21%	Representa un potencial limitado, donde el componente enfrenta problemas en accesibilidad, infraestructura o gestión. Aunque puede ser llamativo, no dispone de las condiciones necesarias para atraer turistas de manera constante.
Muy bajo	0%-20,99	El componente presenta deficiencias importantes que impiden su desarrollo potencial turístico. Puede deberse a la falta de infraestructura, escasez de servicios, actividades, gestión y promoción turística. En este caso, es necesario realizar mejoras significativas para que el componente pueda aprovecharse turísticamente.

3.4.2.2. Instrumentos

Los instrumentos utilizados permitieron organizar y medir la información recolectada mediante las técnicas anteriores.

3.4.2.2.1. Cuestionarios

Utilizados para estructurar las encuestas y obtener datos sistematizados de los participantes. Se incluyeron preguntas diseñadas específicamente para identificar el perfil del turista, tales como datos demográficos (edad, género, nivel educativo, etc.) y preferencias sobre tipos de actividades turísticas, alojamientos, medios de transporte, etc. Esta información permitió segmentar a los turistas según sus intereses y comportamientos, ayudando a definir las estrategias de promoción y el desarrollo de productos turísticos.

3.4.2.2.1. Matriz matemática de evaluación de indicadores

La matriz de evaluación de potencialidad turística valora cada uno de los 12 componentes, asignando un conjunto de indicadores específicos. Cada componente recibe una calificación del 1 al 3 para cada indicador, donde:

Alta (valor 3): Indica un buen potencial turístico.

Mediamente alta (valor 2): Cumple parcialmente con los criterios de potencialidad.

Baja (valor 1): No cumple con el potencial turístico esperado por deficiencias.

3.4.2.2.2. Fichas de observación

Estas fichas, elaboradas específicamente para esta investigación, permitieron recolectar información detallada a través de la observación. Ayudaron a inventariar los ítems dentro de los doce componentes del sistema turístico.

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Una vez recolectados los datos mediante las encuestas y otros instrumentos, se utilizó el software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) para procesar y analizar la información obtenida. Este programa permitió realizar análisis estadísticos descriptivos y comparativos, facilitando la interpretación de los resultados y la identificación de patrones en el potencial turístico de los componentes evaluados.

A través de SPSS, se realizaron las siguientes tareas:

Codificación y organización de los datos: Las respuestas obtenidas de las encuestas fueron codificadas y organizadas en el software, lo que facilitó la estructuración de la base de datos.

Análisis descriptivo: Se realizaron estadísticas descriptivas (como la media, la moda, la desviación estándar) para obtener una visión general de las respuestas y sus tendencias.

3.5.1. Población y muestra

En esta investigación, la población se considera infinita, ya que no se dispone de datos precisos sobre la cantidad de visitas a la comunidad de Ligüiqui y sus lugares turísticos. Para determinar el tamaño de la muestra, se aplicó una fórmula cualitativa, ya que la investigación es de naturaleza cualitativa y no se conoce el número exacto de visitantes.

n: tamaño de la muestra (cantidad visitantes que llegan a la comunidad de Ligüiqui que se les aplicara la encuesta).

$$n: \frac{Z_2 * p * q}{e^2}$$

Z: constante (nivel de confianza) = 95% (1,96)

p: probabilidad de ocurrencia = 50%

q: probabilidad de no ocurrencia = 50%

e: margen de error = 5 %

Por lo tanto, reemplazando los valores en la fórmula se tiene:

$$n: \frac{Z_2 * p * q}{e^2}$$

$$n: \frac{(1.96 * 1.96) 50\% * 50\%}{5^2}$$

$$n: \frac{3.84 * 0.25}{5\%^2}$$

$$n: \frac{0.96}{0.0025}$$

n: 384 Encuestas.

Se aplicó la fórmula para una población infinita, resultando en un total de 384 encuestas, las cuales fueron realizadas a visitantes de la comunidad de Ligüiqui en días ordinarios, fines de semana y feriados. El objetivo de estas encuestas es determinar la demanda turística en la mencionada comunidad en el año 2023.

Además, se llevaron a cabo fichas de observación para evaluar el potencial turístico actual en el cantón Manta, parroquia de San Lorenzo, específicamente en la comunidad de Ligüiqui. También se realizaron entrevistas con funcionarios y técnicos en turismo para obtener una perspectiva más detallada sobre el potencial turístico de la región.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

Una vez definida la metodología para alcanzar nuestros objetivos, se presentan los resultados utilizando la ficha de observación propuesta por Cabanilla y las herramientas que él sugiere. Estas herramientas nos ayudan a evaluar el potencial turístico de la comunidad de Ligüiqui, identificando su nivel de potencialidad. Además, se realizaron encuestas a los visitantes para determinar la demanda turística.

4.1.1. Área de estudio

La comunidad de Ligüiqui, objeto de estudio de esta propuesta, se ubica en la parroquia rural de San Lorenzo, cantón Manta, provincia de Manabí, Ecuador, en las coordenadas 1.0292877° S de latitud y 80.8827451° O de longitud. Limita al norte con San Lorenzo, al sur con San Mateo y al este con El Aromo. A continuación, se identifica el mapa de Ligüiqui en la figura 3.

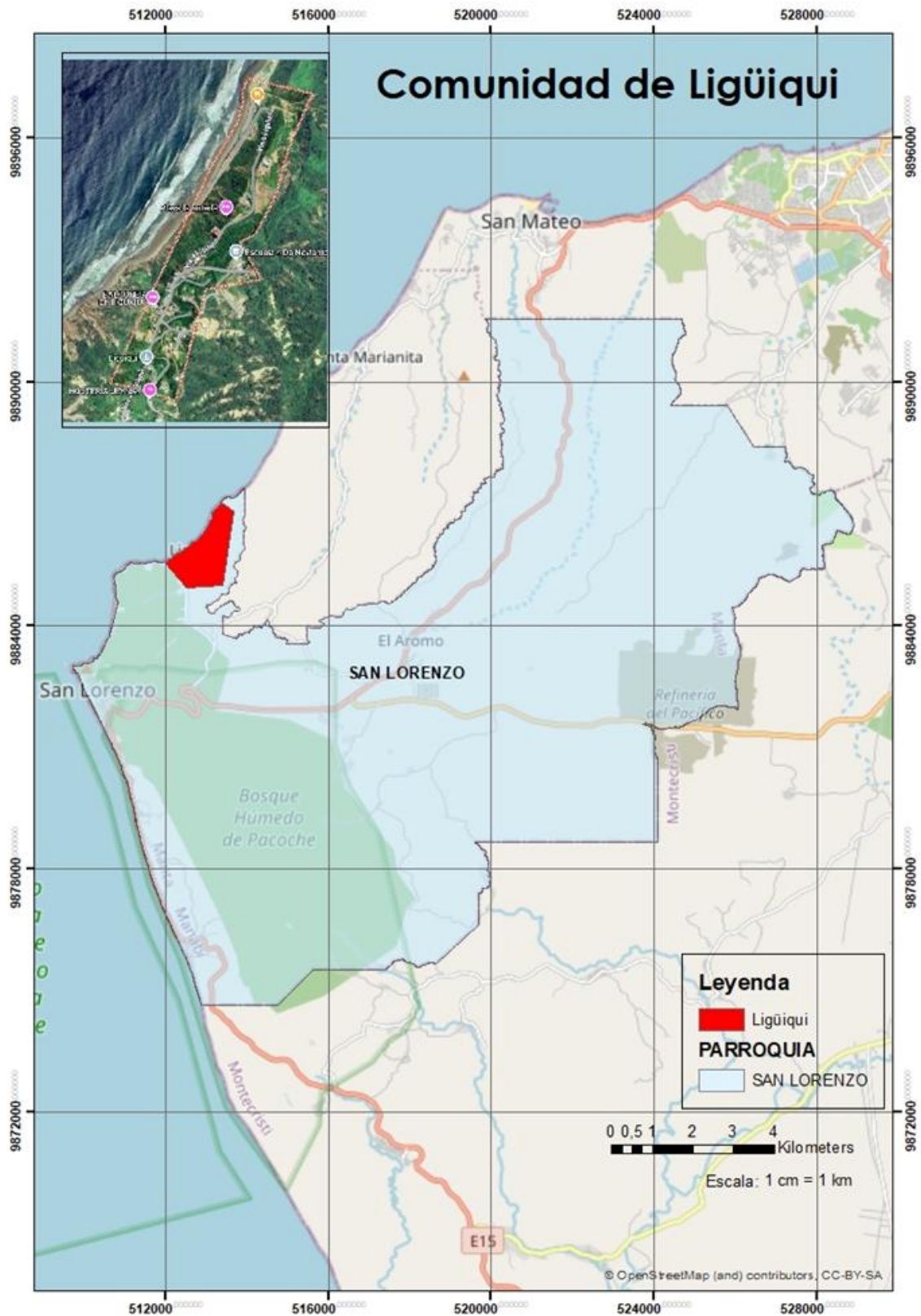


Figura 3. Mapa de ubicación comunidad de Ligüiqui.

4.1.1. Levantamiento de los doce componentes del sistema turístico

En la evaluación del potencial turístico de la parroquia de Ligüiqui, se lleva a cabo un análisis basado en los doce componentes de una investigación relacionada con el aspecto: Natural, cultural, gastronómico, actividades recreacionales, festividades y eventos, servicios recreacionales, festividades y eventos, servicios básicos, actividades recreacionales, vías de acceso, consumidores, servicios turísticos, políticas e instituciones administrativas. Estos componentes ayudan a realizar un diagnóstico muy amplio de estado actual del territorio.

4.1.2.1. Componente natural

Según Cabanilla (2013) son todos los recursos turísticos que no han sido manipulados por el humano, pero deben satisfacer las necesidades de recreación de los visitantes. Se detalla en la Tabla 7.

Tabla 7. Categoría sitios naturales.

Categoría	Tipo	Atractivo
Sitios Naturales	Paisajismo	Mirador
	Playa	Playa principal
	Playa	Poza azul
	Fauna y flora	Flora y fauna

4.1.1.2. Componentes hechos culturales

Las manifestaciones culturales y tradicionales, que reflejan las creencias y costumbres de diversos grupos sociales, abarcan una amplia gama de elementos. Estos incluyen lugares históricos y arqueológicos, museos, comunidades étnicas, minas, jardines, residencias antiguas, mercados, fachadas y balcones, así como distintos tipos de arquitectura, ya sea religiosa o civil. En el caso de la comunidad de Ligüiqui estos son los hechos culturales que encontramos detallados en la tabla 8.

Tabla 8. Categoría hechos culturales.

Categoría	Tipo	Atractivo
Hechos culturales	Arquitectura	Corrales Marinos Vestigios arqueológicos Terrestres

4.1.1.3. Componente Gastronómico

El componente gastronómico engloba la descripción de los alimentos típicos de la localidad, como condimentos únicos, platos locales, recetas autóctonas, bebidas

especiales y dulces tradicionales, entre otros (Cabanilla, 2013). La gastronomía de la comunidad de Liguíqui se detallan en la Tabla 9.

Tabla 9. Categoría gastronomía.

Categoría	Tipo	Nombre
Gastronomía	Comidas locales	Morcilla de marisco Bolón de pulpo Tonga Marinera Picante de pulpo Bandera de marisco

4.1.1.4. Componente festividades y eventos

Este componente abarca la descripción de las festividades y eventos, incluyendo festivales étnicos, celebraciones religiosas, eventos musicales, torneos deportivos, seminarios y congresos (Cabanilla, 2013). Las festividades y eventos de la comunidad de Liguíqui se detallan en la Tabla 10.

Tabla 10. Categoría festividades y eventos.

Categoría	Tipo	Nombre
Festividades y eventos	Fiesta religiosa	Fiesta del pescador

4.1.1.5. Componente actividades recreacionales

De acuerdo con Cabanilla (2013), el componente de actividades recreacionales abarca:

- Ciclismo, ciclismo de montaña y equitación
- Danza, canto y pintura
- Observación de aves
- Canotaje, kayak y rafting
- Windsurf, paddleboard, buceo, natación y snorkel
- Esquí acuático, en ríos y sobre nieve
- Voleibol y fútbol
- Senderismo
- Pesca
- Escalada y montañismo

La comunidad de Liguíqui no cuenta con actividades recreacionales.

4.1.1.6. Componente de vías de accesos

Se refiere a los medios de acceso terrestres, fluviales, ferroviarios, marítimos y aéreos, así como al transporte público y privado que el turista emplea para desplazarse.

La vía que conecta a la comunidad Ligüiqui con otras comunas y ciudades es la ruta E15, también conocida como ruta Spondylus. Aunque esta carretera se encuentra en buen estado, carece de aceras y bordillos. Por otro lado, el camino que conduce a la comuna desde la ruta E15 presenta un estado regular, sin señalización vial ni turística, adecuada.

No hay un sistema de transporte urbano que llegue directamente a la comuna, lo que obliga a los habitantes a desplazarse continuamente a la ciudad de Manta para abastecerse, realizar trámites o estudiar. Para ello, utilizan camionetas de cooperativas que ofrecen servicio de traslado en horarios específicos. Otra alternativa es tomar los buses inter-cantoniales desde la carretera principal E15, ubicada a 5.2 km de la comuna. Como se detalla en la tabla 11.

Tabla 11. Cooperativa de camionetas.

Cooperativa de camionetas.	
Cooperativa Santa Rosa	Cuenta con una sola cooperativa de camionetas, la cual se dedica a realizar fletes o carreras a los turistas y visitantes de la comunidad.

4.1.1.7. Componente seguridad, salud, servicios básicos

Según Cabanilla (2013), el componente de servicios básicos debe considerar los siguientes aspectos:

- Seguridad
- Atención en salud
- Servicios básicos
- Gestión de residuos

Seguridad: La comunidad de Ligüiqui recibe visitas periódicas de patrulleros, y su Unidad de Policía Comunitaria (UPC) más cercana se encuentra en San Lorenzo, que es el sector principal. No obstante, la comunidad dispone de dos policías, que durante los feriados pueden aumentar a cuatro, encargados de realizar patrullajes diarios para garantizar la seguridad y el bienestar de los habitantes.

Atención en salud: No existe centro de salud, farmacias o algún establecimiento de salud en la comunidad, el más cercano es en San Lorenzo que se encuentra a 22.5km de distancia.

Servicios básicos: Toda la comunidad tiene acceso a electricidad al 100%, pero carece de un sistema de alcantarillado y utiliza pozos sépticos. El servicio de recolección de basura cubre toda la zona. El suministro de agua es limitado, llegando solo una vez al mes o, en ocasiones, mediante tanqueros de agua. No hay agua potable disponible, por lo que los residentes dependen de aljibes¹ para su abastecimiento

4.1.1.8. Componente de servicios turísticos

Los servicios turísticos son los que se encargan de satisfacer las necesidades de los visitantes y los turistas. En este se consideran los alojamientos turísticos, transporte, restaurantes, operadoras de turismo y servicios complementarios. A continuación se detalla los servicios turísticos de la comunidad de Ligüiqui.

La comunidad de Ligüiqui cuenta con 3 alojamientos turísticos, así mismo tiene un total de 6 restaurantes, 9 quioscos. Detallados en la tabla 12.

Tabla 12. Servicios turísticos.

Planta turística de la comunidad de Ligüiqui	
Alojamiento Turísticos	Balcones de Ligüiqui Hostería Jenay Oasis dorado
Restauración turística	Cacique de Ligüiqui Los corrales marinos Las Balsilla Bar restaurante el Pulpo Punta Cangrejo 9 kioscos

4.1.1.9. Componente consumidor

A través de la encuesta realizada, se pudo analizar el perfil del turista, obteniendo información sobre aspectos como su nacionalidad, género, lugar de residencia, nivel educativo, ingresos económicos, motivaciones para visitar la parroquia de agua. A

¹ Aljibes: El aljibe es una estructura construida para el almacenamiento de agua, generalmente en áreas rurales o en lugares donde el acceso al agua es limitado. Su función principal es la conservación del recurso hídrico, especialmente el agua de lluvia, que se almacena para su uso durante los períodos de sequía (Gómez, 2017).

continuación, se detalla la información del país de origen de la demanda en la figura 4.

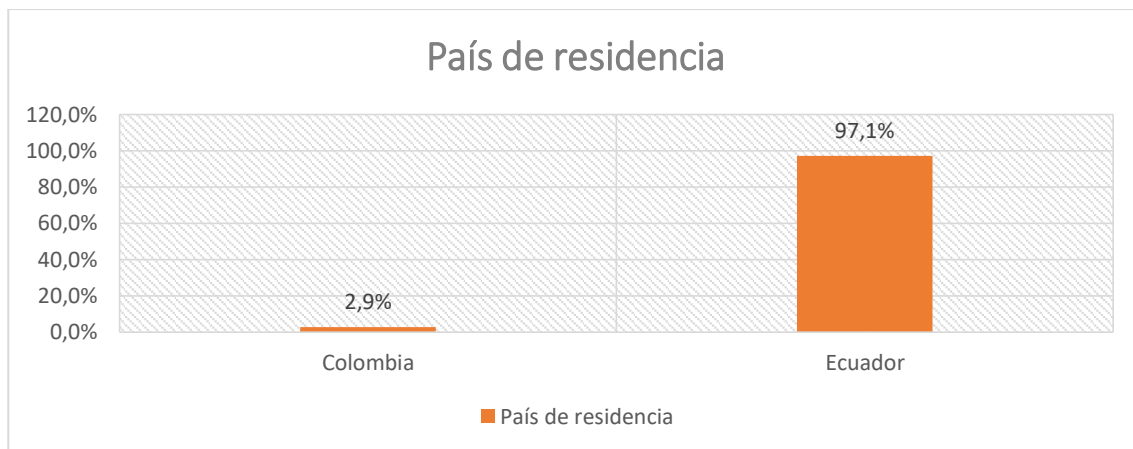


Figura 4. País de origen de la demanda.

El país de residencia de los visitantes a la comunidad de Ligüiqui son de Ecuador y Colombia.

A continuación, se detalla la información de la ciudad de residencia actual de demanda en la figura 5.

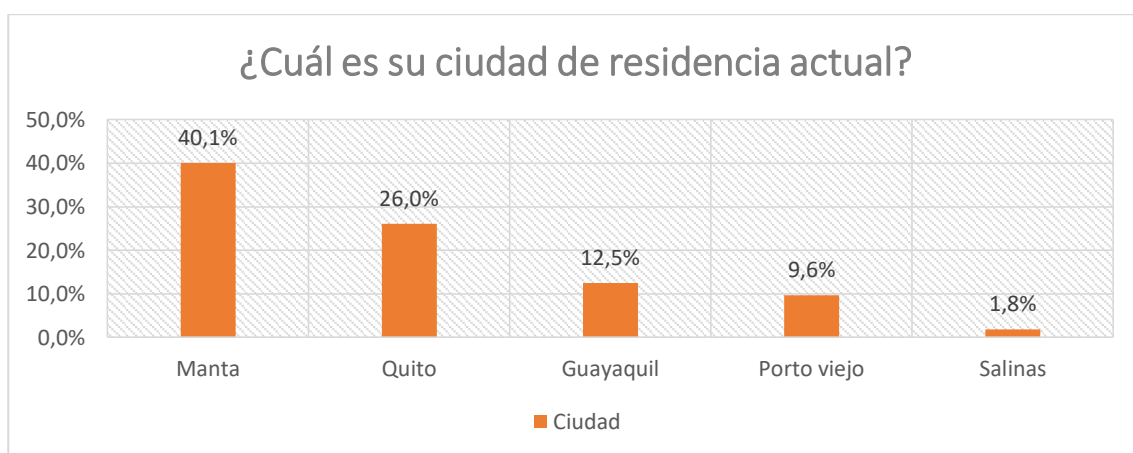


Figura 5. Ciudades de residencia de los visitantes a la comunidad.

Los resultados de la encuesta revelan que los visitantes a la comunidad provienen de diversas ciudades, tanto a nivel nacional como internacional. Manta y Quito destacan como las ciudades con el mayor porcentaje de residentes que visitan la comunidad.

A continuación, se detalla la demanda turística de la comunidad de Liguiki en la figura 6.

Demanda Turística Liguiqui

Grupo Etario

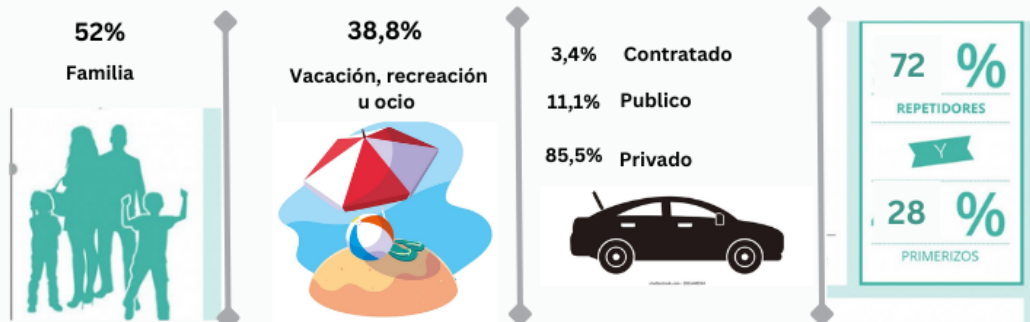
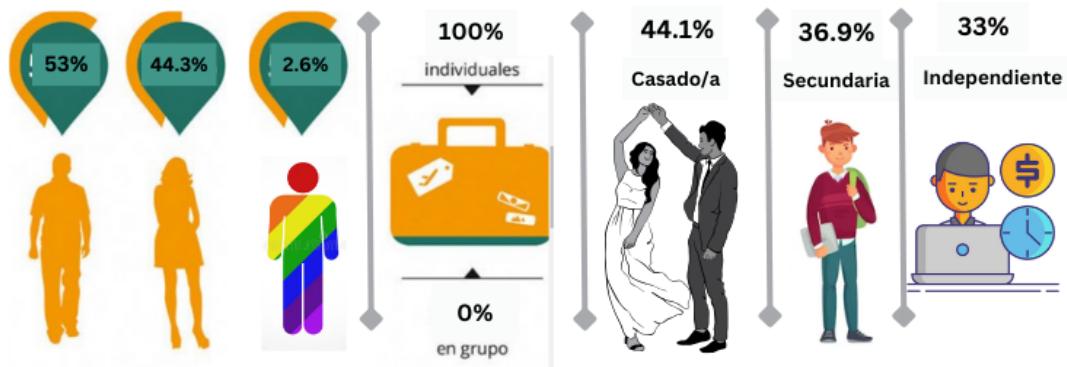


Figura 6. Demanda comunidad de Liguiqui.

4.1.1.10. Componente promoción y comercialización

En este apartado se especifican los diferentes canales de difusión, tanto a nivel local, regional, nacional como internacional, mediante los cuales la comunidad de Ligüiqui promociona sus principales atractivos y actividades turísticas. Asimismo, se explica cómo se proyecta ante el público a través de reportajes, estrategias de promoción y campañas de marketing.

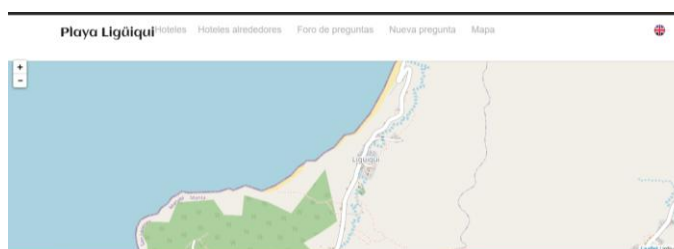
Tabla 13. Promoción y comercialización.

Páginas web



Descripción: Se encuentra información sobre proyectos de investigación y voluntariados que se pueden realizar en la comunidad de Ligüiqui

URL: <https://hopefoundationecuador.org/Ligüiqui/>



Descripción: Cuenta con información de la playa, alojamiento y respuestas a preguntas de los visitantes la información es muy escasa

URL: <https://info-ecuador.com/es/playa-Ligüiqui/mapa/>



Descripción: Artículo científico de la comunidad del estado, historia recursos naturales y culturales.

URL: <https://www.entornoturistico.com/Ligüiqui-destino-arqueologico-del-ecuador/>



Descripción: La Fundación Palarq es una organización privada sin fines de lucro, cuyo propósito es respaldar las Misiones Arqueológicas Españolas. Su enfoque abarca desde el período paleontológico hasta las épocas prehistóricas e históricas, con un especial interés en la conservación monumental. En este caso realizan la investigación de los corales marinos de la comunidad de Ligüiqui considerados únicos en el mundo.

URL: <https://fundacionpalarq.com/los-corrales-maritimos-de-Ligüiqui-en-ecuador-unicos-en-el-mundo/>



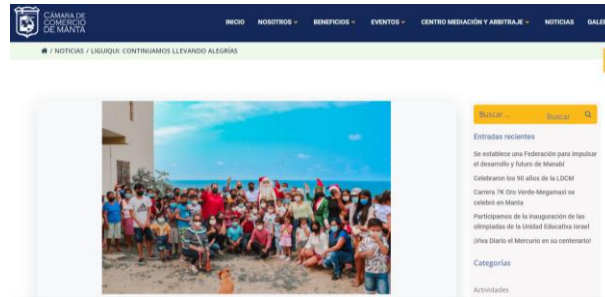
Descripción: Promoción del festival del pulpo con el objetivo de promocionar y reactivar el turismo.

URL: <https://manta.gob.ec/Ligüiqui-retoma-su-festival-del-pulpo/>



Descripción: Noticia del primer nido de tortugas Golfinas identificado en la playa de la comuna de Ligüiqui.

URL: <https://www.ambiente.gob.ec/primer-nido-de-tortuga-golfina-fue-identificado-en-Ligüiqui/>



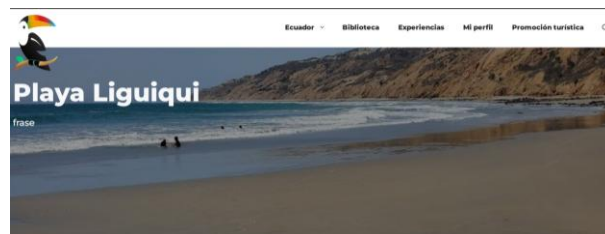
Descripción: Noticias de eventos de navidad que realizan para la comunidad.

URL: <https://ccm.org.ec/index.php/2022/01/10/Ligüiqui-continuamos-llevando-alegrías/>



Descripción: Noticias de turismo, las "piscinas" de Liguíqui, en Manta, son un popular destino turístico los fines de semana. Estas formaciones de piedra, conocidas como corrales marinos, tienen más de 1.500 años de antigüedad y, de acuerdo con expertos, fueron empleadas en el pasado para actividades de pesca.

URL: <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/las-piscinas-de-Ligüiqui-en-manta-atraen-a-los-turistas-cada-fin-de-semana-nota/>



Descripción: Pagina de turismo con recomendaciones, ubicaciones, gastronomía y que llevar para disfrutar de la visita a la comunidad.

URL: <https://ecuadors.live/playas-de-manabi-turismo-de-sol-y-playa/playa-Ligüiqui/>



Descripción: Un artículo destaca la culminación del proyecto Colores camino al mar, que transformó el paisaje del poblado con un nuevo orden y colorido. La celebración contó con la presencia de autoridades provinciales y locales, junto con reinas de simpatía popular. El evento incluyó un desfile vibrante en el que participarán carros alegóricos.

URL: <https://revistademanabi.com/2018/10/02/Ligüiqui-se-viste-de-colores-para-atraer-turistas/>

Redes sociales



Mi Primera Vez En LIGUIQUI ECUADOR...! Ec No Conocía Esta Playa

Descripción: Nara la visita como turista a la comunidad la Ligüiqui principalmente la visita la playa, describiendo el lugar y las actividades que puede realizar.

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=EJ-gQtCZXyA&t=2s>



Playa LUGUIQUI otro paraíso de Manta rural. ▶ Liguiqui-Manta-
Manabi-Ecuador 😊

Descripción: Nara la visita como llegar y el destino de la comunidad de Ligüiqui la formación de los corales marinos, las actividades que se pueden realizar

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=67IEfaKLZS8>



ECOAVENTURA LIGUIQUI (primer capítulo)

Descripción: Visita de turistas a la comunidad, mencionan actividades que pueden realizar en la comunidad, experiencia desde su punto de vista de la playa y la comunidad.

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6DFq9fUs55s>



Descripción: Visita a la comunidad de Ligüiqui narra su visita desde un punto cultural, da a conocer sobre los asentamientos, restos arqueológicos, y corales marinos como una playa ancestral de la cultura Manteña.

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WHGDMhuzPXM>



Descripción: Invitación por parte de la alcaldía de Manta.

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=t2XIZUoGCLg>



Descripción: Playa Ligüiqui y sus paisajes de sueños Manta.

URL: https://www.youtube.com/watch?v=AuhxSu_Wcg0



Descripción: Fepp Portoviejo Ligüiqui.

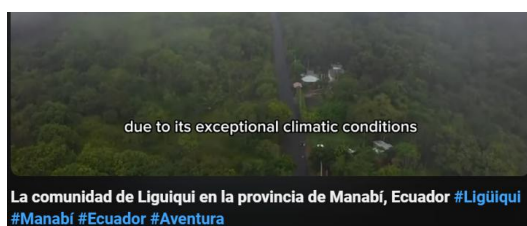
URL: <https://www.youtube.com/watch?v=rD-W9P4vgmA>



Descripción: Un tesoro escondido Ligüiki Manabí.
URL: <https://www.youtube.com/watch?v=67XDbdxXPUA>



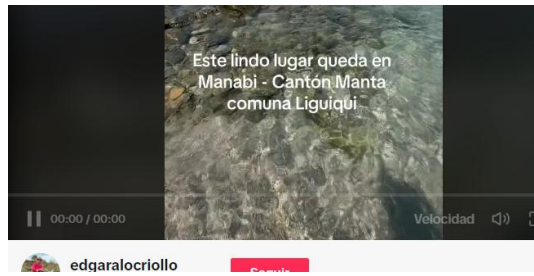
Descripción: Ligüiki el resurgir de la memoria del mar, habla sobre los asentamientos de las dos civilizaciones la Manteña y la Bahía. Los asentamientos, restos arqueológicos que se pueden evidenciar como las terrazas, yacimientos, tolas, etc.
URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xDRq1egnff4>



Descripción: La comunidad de Ligüiki en la provincia de Manabí, Ecuador invitación para ir a visitarla.
URL: <https://www.youtube.com/watch?v=gRO36MqwYcM>



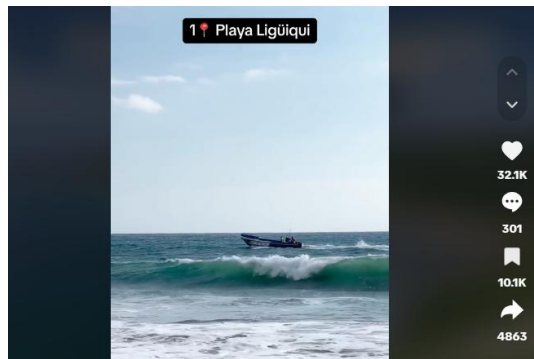
Descripción: Hermosa playa de Manta, Manabí, Ecuador 2020 2021 en época de coronavirus grabación en dron
URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FXfQM5mCRLg>



URL: <https://www.tiktok.com/@edgaralocriollo>



URL: https://www.tiktok.com/@chirosperviajeros/video/7297673572032548101?_r=1&_t=8phB4slWyc1



URL: https://www.tiktok.com/@jorge_sorianoa/video/7311535850985360646?_r=1&_t=8phB6OIsCpB



URL: https://www.tiktok.com/@olmedo_producciones/video/7321467065829805318?_r=1&_t=8phB9MUqmnd



URL: https://www.tiktok.com/@taniaalooen/video/7340414785319668997?_r=1&_t=8phBFQZMnqf



URL: https://www.tiktok.com/@herdoizanicole/video/7028354478403243270?_r=1&_t=8phBCItSQA1



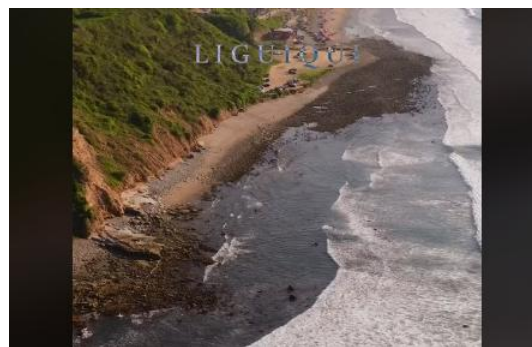
URL: https://www.tiktok.com/@victor.rey14/video/7338215076744252678?_r=1&_t=8phBNJqzw7p



URL: https://www.tiktok.com/@robertohidalgop/video/7258452754115349766?_r=1&_t=8phBKJIW07J



URL: https://www.tiktok.com/@poderinformativo/video/7313605467639385349?_r=1&_t=8phBJ6OUYIC



URL: https://www.tiktok.com/@lamochiladeronald/video/7337699672472980742?_r=1&_t=8phBGLyammc



URL: <https://www.facebook.com/AlcaldiaDeManta/videos/sabor-a-lig%C3%BCiqui/428227211615247/>



Comuna Ancestral Ligüiqui
679 Me gusta • 710 seguidores

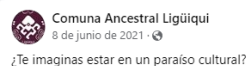
Enviar mensaje

Publicaciones Información Menciones Opiniones Seguidores Fotos Ver más

Detalles

Comuna Ancestral Ligüiqui, es un espacio para informar sobre los acontecimientos que se generan en esta tierra ancestral donde se mantiene viva la esencia de la cultura manteneña a través de su patrimonio natural e inmaterial.

Publicaciones



Comuna Ancestral Ligüiqui
8 de junio de 2021 · 🌐

¿Te imaginas estar en un paraíso cultural?

URL: <https://www.facebook.com/comunaLigüiqui2021?mibextid=ZbWKwL>




Bar & Restaurante El Pulpo
1.5 mil Me gusta • 2.3 mil seguidores

WhatsApp

Publicaciones Información Menciones Opiniones Posts Entre Ver más

URL: <https://www.facebook.com/people/Bar-Restaurante-El-Pulpo/100083116728365/?mibextid=ZbWKwL>



Comuna Ancestral Ligüiqui

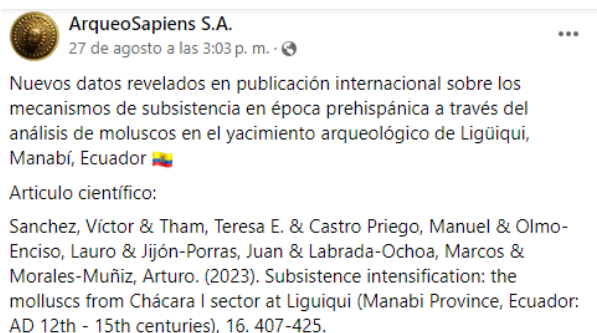


Comuna Ancestral Ligüiqui
679 Me gusta • 710 seguidores

Enviar mensaje Me gusta

Buscar

URL: <https://www.facebook.com/comunaLigüiqui2021?mibextid=ZbWKwL>



ArqueoSapiens S.A.
27 de agosto a las 3:03 p. m. · 🌐

Nuevos datos revelados en publicación internacional sobre los mecanismos de subsistencia en época prehispánica a través del análisis de moluscos en el yacimiento arqueológico de Ligüiqui, Manabí, Ecuador 🇪🇨

Artículo científico:

Sanchez, Víctor & Tham, Teresa E. & Castro Priego, Manuel & Olmo-Enciso, Lauro & Jijón-Porras, Juan & Labrada-Ochoa, Marcos & Morales-Muñiz, Arturo. (2023). Subsistence intensification: the molluscs from Chácara I sector at Ligüiqui (Manabí Province, Ecuador): AD 12th - 15th centuries), 16. 407-425.

URL: https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=518154030792143&id=100077926515422&mibextid=oFDknk&rid=RCfCfa6evBVBEqzE



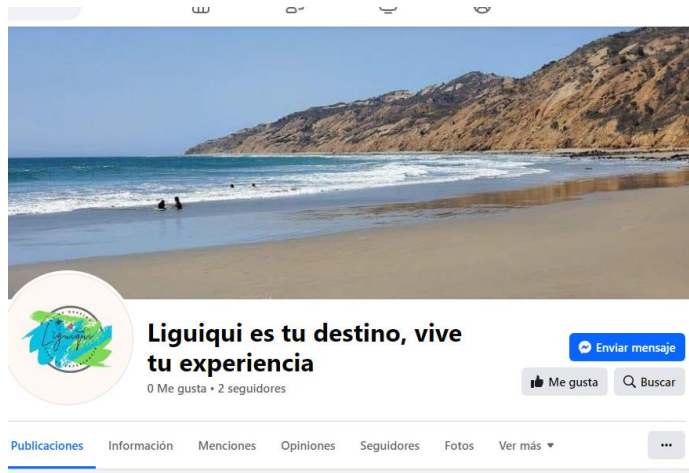
URL: <https://www.facebook.com/reel/523484530617512>



URL: <https://www.facebook.com/balsillasmanta?mibextid=ZbWKwL>



URL: <https://www.facebook.com/people/Liguiqui-Informa/100057554004830/?mibextid=ZbWKwL>



URL: <https://www.facebook.com/people/Ligüiqui-es-tu-destino-vive-tu-experiencia/61551030321994/?mibextid=ZbWKwL>



URL: <https://www.facebook.com/people/Ligüiqui-Ecuador/100069902900685/?mibextid=ZbWKwL>



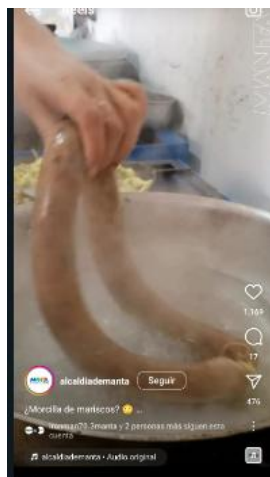
URL: <https://www.facebook.com/BalconesdeLigüiqui?mibextid=ZbWKwL>



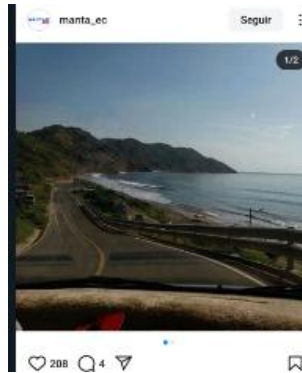
URL: <https://www.instagram.com/comunaancestralliguiqui?igsh=MXNzaHoyNTkwYzNoYg==>



URL: <https://www.instagram.com/liguquilliguiqui?igsh=YjcwNDh5eDZwYnJq>



URL: <https://www.instagram.com/alcaldiademanta?igsh=MXMyd3hwcWRjb3J0aQ==>



URL: https://www.instagram.com/manta_ec?igsh=MXy5NTJoc3c0YnNzaQ==



URL: <https://www.instagram.com/muyacocinagourmet?igsh=MTE0NjU0d3ozaDQwbQ==>



URL: <https://www.instagram.com/manabiporelmundo.ec?igsh=MTYxdjBqN3d5a203bQ==>

4.1.1.11 Componente políticas administrativas

En el ámbito de las políticas administrativas, se presenta una recopilación integral de leyes, ordenanzas, normativas, códigos y reglamentos, entre otras disposiciones legales, que regulan el desarrollo de diversas actividades y proyectos en la comuna de Liguïqui. A continuación, se describe las políticas administrativas en la tabla 14.

Tabla 14. Políticas administrativas.

Políticas	Ámbito
Constitución de la República del Ecuador	La Constitución de Ecuador de 2008 incluyó artículos clave relacionados con el turismo, destacando la protección del patrimonio natural y cultural, así como los derechos de la naturaleza. Estos principios se aplican bajo un enfoque de sustentabilidad y sostenibilidad, asegurando un uso responsable de los recursos y promoviendo prácticas turísticas sostenibles.
Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD)	El COOTAD define la organización político-administrativa del turismo en Ecuador, buscando garantizar la autonomía en los ámbitos político, administrativo y financiero. A través de esta normativa, se regula, supervisa y promueve el desarrollo del turismo a nivel cantonal, impulsando la inversión y fomentando el crecimiento económico, especialmente en la economía popular y solidaria. Se enfoca en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, con el fin de aprovechar los recursos culturales del territorio de manera social y productiva para fortalecer el turismo.
Ley Orgánica de Ordenamiento territorial, uso y gestión de suelo (LOTUS)	<p>La Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, Uso y Gestión de Suelo (LOTUS) es una herramienta clave para la planificación y desarrollo del turismo en Manta. A través de políticas que promueven la sostenibilidad, la participación comunitaria, la gestión de riesgos y la accesibilidad, la LOTUS permite crear un marco propicio para un desarrollo turístico ordenado, que aproveche los recursos naturales y culturales de la ciudad sin comprometer su futuro.</p> <p>"El ordenamiento territorial y la planificación urbana deben fomentar el desarrollo de infraestructuras turísticas en armonía con el entorno, sin sobrecargar los recursos naturales ni los servicios urbanos" (Asamblea Nacional del Ecuador, 2016).</p> <p>"El uso del suelo debe garantizar la sostenibilidad ambiental, permitiendo el desarrollo de actividades turísticas que respeten los ecosistemas y contribuyan a la conservación de los recursos naturales" (Asamblea Nacional del Ecuador, 2016).</p>
Ley de Turismo	Regula las actividades turísticas y garantizar el desarrollo del sector bajo principios de sostenibilidad y respeto por la biodiversidad y la cultura.

Políticas	Ámbito
	<p>"La Ley de Turismo de Ecuador tiene como objetivo regular las actividades turísticas en el país y fomentar el desarrollo sostenible, incluyendo el turismo ecológico, comunitario y cultural" (Asamblea Nacional del Ecuador, 2013).</p>
<p>Política Nacional de Turismo: Estrategia Nacional de Turismo 2020-2030</p>	<p>Fomentar un modelo de desarrollo turístico sostenible que impulse la economía y promueva la identidad cultural del país. La estrategia está orientada a un turismo diversificado, accesible y sostenible.</p> <p>"El Plan Nacional de Turismo establece como ejes estratégicos la diversificación de productos turísticos, la mejora de la calidad del servicio, la promoción del turismo sostenible y el fortalecimiento de la infraestructura turística" (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2020).</p>
<p>Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador 2030 (PLANDETUR)</p>	<p>Este recurso es fundamental para el avance del turismo en Ecuador, ya que se apoya en políticas, leyes y directrices para una gestión turística adecuada a nivel nacional, al mismo tiempo que promueve la inclusión y el respeto.</p>
<p>Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT)</p>	<p>Planifica exhaustiva para organizar el territorio, abarcando no solo el sector turístico, sino también todos los aspectos del desarrollo parroquial. En el caso de Ligüiqui, se presenta un Programa de Rescate y Valorización del Patrimonio Cultural, cuyo objetivo es identificar y destacar el patrimonio cultural de la zona.</p> <p>"El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Manabí promueve la diversificación del turismo, impulsando productos como el ecoturismo, el turismo cultural y el turismo de sol y playa" (Gobierno Provincial de Manabí, 2021).</p>
<p>Política Provincial de Turismo (Gobierno Autónomo Provincial de Manabí)</p>	<p>Crear una estrategia turística integral que promueva la oferta turística de la provincia, resguardando los intereses de las comunidades y garantizando un turismo que beneficie a los habitantes locales.</p>
<p>Política de Turismo Sostenible en Manta</p>	<p>"La Alcaldía de Manta ha impulsado el desarrollo de infraestructura turística sostenible, priorizando la conservación ambiental y la integración de las comunidades locales en los procesos de planificación turística" (Municipio de Manta, Plan de Ordenamiento Turístico, 2019).</p>

Políticas	Ámbito
Políticas de Infraestructura y Accesibilidad (Gobierno Provincial de Manabí)	“La política provincial de infraestructura busca crear una red vial eficiente que conecte los principales destinos turísticos de la provincia, como las playas de Manta, la Isla de la Plata, y las comunidades rurales como Liguíqui” (Gobierno Provincial de Manabí, 2022).
Políticas sobre Turismo Comunitario	El Ministerio de Turismo, a través de sus políticas públicas, ha impulsado el turismo comunitario como un modelo de desarrollo que permite a las comunidades rurales participar activamente en la cadena de valor del turismo” (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2020).
Reglamento de Turismo Comunitario (Ecuador)	“El reglamento establece que el turismo comunitario debe ser administrado por las propias comunidades, garantizando la sostenibilidad de los recursos naturales y el fortalecimiento de la identidad cultural” (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2017).
Normativa sobre Conservación y Protección Ambiental	“El Código Orgánico del Ambiente establece que las actividades turísticas deben respetar los límites ecológicos establecidos para cada zona, promoviendo un turismo que no cause impacto negativo en el medio ambiente” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2017).

4.1.1.12 Componente instituciones administrativas

En el apartado de instituciones administrativas se incluyen todas las entidades públicas y privadas situadas en el área de estudio detalladas en la tabla 15.

Tabla 15. Instituciones administrativas.

Comunidad	Nombre	Función que desempeña
Comunidad Liguíqui	Cabildo de Liguíqui	<p>Es una administración local o asociaciones de agricultores, pescadores u otros gremios que trabajan en conjunto para mejorar las condiciones económicas y sociales de la población.</p> <p>Organizan actividades turísticas como caminatas guiadas, talleres de artesanías, demostraciones de pesca artesanal o preparación de platos típicos.</p> <p>Crean redes de colaboración entre los residentes para ofrecer servicios a los turistas, como hospedaje en casas locales, alimentación y transporte.</p> <p>Gestionan capacitaciones en turismo comunitario y servir como portavoces para atraer</p>

Comunidad	Nombre	Función que desempeña
	Centros Educativos	<p>visitantes interesados en experiencias culturales auténticas.</p> <p>Designan lugares establecidos a personas de la comunidad para las construcciones de establecimiento de turismo y creación de negocios</p> <p>Buscan fortalecer a la comunidad mediante la capacitación en habilidades vocacionales, la creación de cooperativas para generar ingresos, y la enseñanza de sistemas de producción de alimentos en el hogar para mejorar la nutrición y la autosuficiencia.</p> <p>Fomentar la educación sobre turismo sostenible y la importancia de preservar el entorno natural para atraer visitantes.</p> <p>Organizan actividades estudiantiles como guías para rutas turísticas locales, eventos culturales o actividades recreativas que involucran a los turistas.</p> <p>Los estudiantes pueden actuar como embajadores locales, mostrando la riqueza cultural y natural de Ligüiqui a los visitantes.</p>
	Junta Parroquial	<p>La Junta Parroquial es la entidad administrativa encargada de gestionar los servicios y necesidades de las comunidades que forman parte de la parroquia, incluyendo Ligüiqui. Esta institución puede coordinar proyectos de infraestructura, servicios básicos y desarrollo comunitario.</p> <p>Gestiona y coordina proyectos de infraestructura turística, como mejoras en caminos de acceso a Ligüiqui o señalización turística.</p> <p>Promueve campañas para dar a conocer los atractivos turísticos de la parroquia, incluyendo Ligüiqui, tanto a nivel local como nacional.</p> <p>Puede buscar financiamiento para iniciativas turísticas, como la construcción de miradores, senderos ecológicos o espacios recreativos en la playa.</p> <p>Trabaja en proyectos comunitarios que incentivan el turismo sostenible, protegiendo los recursos naturales.</p>
	Comités de Agua y Saneamiento	<p>Garantizan el acceso a agua potable para los visitantes, lo que es esencial para cualquier destino turístico.</p> <p>Promueve la gestión adecuada de residuos sólidos y líquidos, manteniendo las playas y áreas naturales limpias y atractivas para los turistas.</p>

Comunidad	Nombre	Función que desempeña
		Colaboran con las autoridades locales para mejorar la infraestructura hídrica en zonas turísticas.
		Inicia grandes proyectos de infraestructura, como carreteras asfaltadas, iluminación pública y señalización, que mejoran la experiencia de los turistas al llegar a Ligüiqui.
	Gobierno Municipal del Cantón Manta	Promueve la comunidad como parte de las rutas turísticas oficiales del cantón, atrayendo más visitantes. Realiza campañas de promoción turística en eventos nacionales e internacionales, destacando a Ligüiqui como un destino de turismo de naturaleza y cultura. Apoya la inversión privada y pública para la creación de negocios turísticos, como restaurantes, hoteles ecológicos y centros de actividades recreativas.

4.1.2. Evaluación del potencial turístico de la comunidad Ligüiqui

La evaluación del potencial turístico se basa en la matriz matemática de los 12 componentes que conforman el sistema turístico propuesto por Cabanilla (2013). Esto permite analizar el área en función de cada indicador, cuyos resultados pueden ser medidos utilizando la escala Likert para determinar el nivel de potencial turístico.

4.1.2.1 Matriz de evaluación del potencial turístico de la comunidad de Ligüiqui

La tabla expone los indicadores empleados en esta investigación, resaltando que algunos se utilizaron repetidamente. Los indicadores se detallan en la tabla 16.

Tabla 16. Matriz de evaluación de potencial turístico del territorio.

Sistema turístico	Componente	Abreviatura	Nº de indicadores
Oferta turística	Componente Natural	C.N	16
	Componente Hechos Cultural	C.C	17
	Componente Gastronómico	C.G	12
	Componente Festividades y Eventos	C.F.E	10
	Componente Actividades Recreacionales	C.A.R	16
	Componente Vías de Acceso	C.V.A	10
	Componente Seguridad, Salud, Servicios Básicos	C.S.S.SB	11
	Componente Servicios Turísticos	C.S.T	15
Demanda turística Comercialización y promoción turística	Componente Consumidor	C.C	16
	Componente Promoción y Comercialización	C.P.C	6

Sistema turístico	Componente	Abreviatura	Nº de indicadores
Superestructura turística	Componente Políticas Administrativas	C.P.A	3
	Componente Instituciones Administrativas	C.I.A	13

Fuente: (Narváez, 2018)

4.1.2.2. Evaluación matricial por cada componente del sistema turístico.

Utilizando los datos recolectados, se llevará a cabo una evaluación exhaustiva de cada componente del sistema turístico. Posteriormente, se realizará una evaluación detallada de estos componentes basándose en los resultados obtenidos a través de la escala de Likert.

4.1.2.2.1. Componente turístico natural.

Para llevar a cabo la evaluación matricial del componente turístico natural se recolecto datos a través de la ficha de observación. A continuación, esa información se la evalúa en una matriz que se muestra a continuación en la tabla 17.

Tabla 17. Matriz de evaluación del componente Natural.

N	Indicadores	Criterios	Mirador	Poza Azul	Playa	Valor total de 12
1	Contenido de flora, fauna y geomorfología.	3 puntos sí contiene al menos una especie o elemento de flora, fauna o nativo endémica. 2 puntos sí contiene al menos 10 a 20 especies o elementos de flora, fauna o nativo sin endemismo, pero representativas 1 punto sí contiene entre menos 9 especies o elementos de flora, fauna o geomorfología	2	0	2	4
2	Ambiente Limpio	3 puntos si no hay desechos en un radio de 100 metros desde el centro del atractivo. 2 puntos si encontramos 5 o menos desechos en un radio de 100 metros desde el centro del atractivo 1 punto si encontramos más de 5 desechos en un radio de 100 metros desde el centro del atractivo.	1	1	1	3
3	Participación comunitaria en el mantenimiento atractivo.	3 puntos si la comunidad planifica y asiste a por lo menos 4 mingas al año. 2 puntos si la comunidad planifica y asiste entre 1 a 3 mingas al año 1 punto si la comunidad no planifica, ni asiste a ninguna minga al año.	1	1	2	4
4	Accesibilidad universal	3 puntos si la accesibilidad es universal 2 puntos si la accesibilidad es restringida a personas con 1 discapacidad. 1 punto si la accesibilidad es dificultosa a personas de 2 o más tipos de discapacidad.	1	1	3	5
5	Servicio de guías	3 puntos si hay guías permanentes para conducir los grupos. 2 puntos si hay guías ocasionales para conducir los grupos 1 punto sin guías, el atractivo es auto guiado	1	1	1	3
6	Conectividad de voz y datos	3 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado. 2 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado. 1 sin conectividad	1	1	1	3
7	Información del atractivo por internet	3 puntos si en un buscador por lo menos hay 20 enlaces directos con información del atractivo. 2 puntos si en un buscador por lo menos contiene de 19 a 5 enlaces directos información del atractivo.	1	1	3	5

N	Indicadores	Criterios	Mirador	Poza Azul	Playa	Valor total de 12
8	Asociación con otros atractivos.	1 punto si en un buscador tiene menos de 4 enlaces directos con información del atractivo 3 puntos si existen 5 o más atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial. 2 puntos si existe de 4 a 3 atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial. 1 punto si existen 2 a ninguno atractivo naturales o culturales a 1 km de distancia radial	1	1	2	4
9	Seguridad	3 puntos si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos un guardia, un botiquín y una persona certificada en primeros auxilios. 2 puntos si por lo menos tiene 2 de las 3 características antes mencionadas. 1 punto si tiene una o menos de las características mencionadas	1	1	1	3
10	Señalética y movilidad	3 puntos si existe por lo menos una señalética turística de aproximación de movilidad interna. 2 puntos si por lo menos hay una señalética turística de movilidad interna. 1 punto si tiene una o menos de las características mencionadas.	1	1	3	5
11	Infraestructura de apoyo para el componente natural	3 puntos si cuenta con un centro de recepción (información), senderos y batería higiénicas. 2 puntos si cuenta con 2 de las características mencionadas en el anterior punto 1 punto si cuenta con hasta 1 las características mencionadas	0	0	1	1
12	Accesibilidad de tipos de transporte	3 puntos si ingresan todo tipo de vehículo. 2 puntos si solo se puede ingresar con vehículo 4x4, escuadrones, camiones, camionetas 1 punto si se puede ingresar solo por otros medios que no sean vehículos a motor.	1	1	3	5
13	Facilidades de parqueo	3 puntos si cuenta con parqueadero con espacios disponibles para buses de turismo, furgonetas y todo tipo de vehículos. 2 puntos si es solo cuenta con espacios para vehículos pequeños. 1 punto si no existe un servicio de parqueadero vehicular.	1	1	3	5
14	Servicio de alojamiento	3 puntos si encontramos en el territorio 5 o más empresas de alojamiento. 2 puntos si encontramos en el territorio entre 4 a 2 empresas de alojamiento.	3	3	3	9

N	Indicadores	Criterios	Mirador	Poza Azul	Playa	Valor total de 12
		1 punto si encontramos en el territorio 1 o menos empresas de alojamiento.				
15	Servicio de restauración	3 puntos si encontramos en el territorio de 5 a o más empresas de restaurante. 2 puntos si encontramos en el territorio entre 4 a 2 empresas de restaurante. 1 punto si encontramos en el territorio 1 o menos empresas de restaurante.	3	3	3	9
16	Alineación con tendencias turísticas	3 puntos si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con 5 a más tendencias del turismo como: turismo comunitario, científico, ecoturismo, agroturismo, histórico, religioso, cultural, aventura gastronómica y de salud. 2 puntos si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con 4 o 3 tendencias del turismo 1 punto si en el territorio se ofrecen 2 o menos actividades alineadas con las tendencias del turismo.	0	0	1	1
		Total	19	17	33	69
		Evaluación	48	48	48	144
		100%	40%	35%	69%	48%

Fuente: (Narváez, 2018)

Se ha recopilado información del componente naturales evaluándolos uno por uno los sitios naturales, para determinar su potencial turístico en términos porcentuales. La puntuación máxima alcanzable para cada sitio natural es de 48 puntos, equivalente al 100% del potencial turístico. En el gráfico N° 7 se describe y explicar los rangos de calificación. A continuación, se detallan los resultados obtenidos para cada uno de los sitios turísticos en la tabla 18.

Tabla 18. Evaluación del nivel de potencial turístico.

Descripción del componente natural		
Recurso/Atractivo	Valor	Potencial turístico
Mirador	40%	Bajo
Poza azul	35%	Bajo
Playa	69%	Alto
Total	48%	Medio

Cada uno de los componentes evaluados tienen una puntuación total por componente. En el caso del componente natural su puntuación es de 144 para obtener un 100% de potencial turístico si cumpliera con todos los puntos. A continuación, se observa la puntuación obtenida de este componente en la tabla 19.

Tabla 19. Puntaje total de la evaluación.

Puntuación Máxima Componente Natural	Puntaje total Componente Natural
69	48%

4.1.2.2.2. Componentes hechos culturales

Para llevar a cabo la evaluación matricial del componente turístico del componente cultural se recolecto datos a través de la ficha de observación. A continuación, esa información se la evalúa en una matriz que se muestra a continuación en la tabla 20.

Tabla 20. Matriz de evaluación del componente cultural.

N°	Indicadores	Criterios	Corrales Marinos	Vestigios arqueológicos Terrestres	Total
1	Estado de funcionalidad del patrimonio cultural	3 cuenta con al menos cuatro características de entre: lugar está pintado, posee una fachada mantenida, tiene un sistema de electricidad en funcionamiento, agua apta para consumo humano, accesos en buen estado y aptos para todo tipo de personas. 2 puntos si cuenta al menos 2 de las características mencionadas anteriormente 1 punto si solo cuenta con hasta 1 de las características mencionadas	1	1	2
2	Horario permanente para recibir visitantes.	3 puntos si tiene un horario establecido para recibir visitantes. 2 puntos donde se puede visitar esporádicamente (temporalmente) y a ciertos horarios 1 punto cuando no se puede visitar es cerrado o restringido	3	3	6
3	Ambiente Limpio	3 puntos si no hay desechos en un radio de 100 metros desde el centro del atractivo. 2 puntos si encontramos 5 o menos desechos en un radio de 100 metros desde el centro del atractivo 1 punto si encontramos más de 5 desechos en un radio de 100 metros desde el centro del atractivo.	1	1	2
4	Participación comunitaria en el mantenimiento del atractivo.	3 puntos si la comunidad planifica y asiste a por lo menos 4 al año. 2 puntos si la comunidad planifica y asiste entre 1 a 3 mingas al año. 1 punto si la comunidad no planifica, ni asiste a ninguna minga al año.	0	0	0
5	Accesibilidad universal	3 puntos si la accesibilidad es universal 2 puntos si la accesibilidad es restringida a personas con 1 discapacidad. 1 punto si la accesibilidad es dificultosa a personas de 2 o más tipos de discapacidad.	3	1	4
6	Servicio de guías		1	1	2

N°	Indicadores	Criterios	Corrales Marinos	Vestigios arqueológicos Terrestres	Total
		3 puntos si hay guías permanentes para conducir los grupos. 2 puntos si hay guías ocasionales para conducir los grupos. 1 punto sin guías, el atractivo es auto guiado			
7	Conectividad de voz y datos	3 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado. 2 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado. 1 sin conectividad	1	1	2
8	Información del atractivo por internet	3 puntos si en un buscador por lo menos hay 20 enlaces directos con información del atractivo. 2 puntos si en un buscador por lo menos contiene de 19 a 5 enlaces directos información del atractivo. 1 punto si en un buscador tiene menos de 4 enlaces directos con información del atractivo	2	1	3
9	Asociación con otros atractivos.	3 puntos si existen 5 o más atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial. 2 puntos si existe de 4 a 3 atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial. 1 punto si existen 2 a ninguno atractivo naturales o culturales a 1 km de distancia radial	2	2	4
10	Seguridad	3 puntos si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos un guardia, un botiquín y una persona certificada en primeros auxilios. 2 puntos si por lo menos tiene 2 de las 3 características antes mencionadas. 1 punto si tiene una o menos de las características mencionadas	0	0	0
11	Señalética y movilidad	3 puntos si existe por lo menos una señalética turística de aproximación de movilidad interna. 2 puntos si por lo menos hay una señalética turística de movilidad interna. 1 punto si tiene una o menos de las características mencionadas.	0	0	0
12	Infraestructura de apoyo	3 puntos si cuenta con un centro de recepción (información), senderos y batería higiénicas. 2 puntos si cuenta con 2 de las características mencionadas en el anterior punto 1 punto si cuenta con hasta 1 las características mencionadas	0	0	0
13	Accesibilidad de tipos de transporte	3 puntos si ingresan todo tipo de vehículo. 2 puntos si solo se puede ingresar con vehículo 4x4, escuadrones, camiones, camionetas 1 punto si se puede ingresar solo por otros medios que no sean vehículos a motor.	1	1	2

N°	Indicadores	Criterios	Corrales Marinos	Vestigios arqueológicos Terrestres	Total
14	Facilidades de parqueo	3 puntos si cuenta con parqueadero con espacios disponibles para buses de turismo, furgonetas y todo tipo de vehículos. 2 puntos si es solo cuenta con espacios para vehículos pequeños. 1 punto si no existe un servicio de parqueadero vehicular.	3	1	4
15	Servicio de alojamiento	3 puntos si encontramos en el territorio 5 o más empresas de alojamiento 2 puntos si encontramos en el territorio entre 4 a 2 empresas de alojamiento 1 punto si encontramos en el territorio 1 o menos empresas de alojamiento	3	3	6
16	Servicio de restauración	3 puntos si encontramos en el territorio de 5 a o más empresas de restaurante 2 puntos si encontramos en el territorio entre 4 a 2 empresas de restaurante. 1 punto si encontramos en el territorio 1 o menos empresas de restaurante.	3	3	6
17	Alineación con tendencias turísticas	3 puntos si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con 5 a más tendencias del turismo como: turismo comunitario, científico, ecoturismo, agroturismo, histórico, religioso, cultural, aventura, gastronómico y de salud. 2 puntos si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con 4 o 3 tendencias del turismo. 1 punto si en el territorio se ofrecen 2 o menos actividades alineadas con las tendencias del turismo.	1	1	2
Total			25	20	45
Evaluación			51	51	102
100%			49%	39%	44%

Fuente: (Narváez, 2018)

Se ha recopilado información del componente cultural evaluándolos uno por uno los recursos culturales, para determinar su potencial turístico en términos porcentuales. La puntuación máxima alcanzable para cada uno es de 51 puntos, equivalente al 100% del potencial turístico. En el gráfico N° 7 se describe y explicar los rangos de calificación. A continuación, se detallan el porcentaje obtenido por cada uno en la tabla 21.

Tabla 21. Evaluación del nivel de potencial turístico cultural.

Descripción del componente cultural		
Recurso/Atractivo	Valor	Potencial turístico
Corales marinos	49%	Medio
Vestigios arqueológicos Terrestres	39%	Bajo

Cada uno de los componentes evaluados tienen una puntuación total por componente. En el caso del componente cultural su puntuación es de 102 para obtener un 100% de potencial turístico si cumpliera con todos los puntos. A continuación, se observa la puntuación obtenida de este componente en la tabla 22.

Tabla 22. Puntaje total de la evaluación.

Puntuación que alcanza el Componente cultural	Porcentaje total Componente cultural
45	44%

- Componente gastronómico

Para llevar a cabo la evaluación matricial del componente turístico gastronómico se recolecto datos a través de la ficha de observación. A continuación, esa información se la evalúa en una matriz que se muestra a continuación en la tabla 23.

Tabla 23. Matriz de evaluación del componente gastronómico.

Nº	Indicador de evaluación	Criterio	Bolón de pulpo	Tonga Marinera	Picante de pulpo	Bandera de Mariscos	Morcilla de mariscos	Total
1	Etnicidad gastronómica	3 puntos si al menos un plato o bebida solo se prepara en el territorio evaluado 2 punto si el plato o bebida es preparado a nivel regional. 1 punto si se lo prepara en cualquier lugar	2	3	2	2	3	12
2	Promoción de la gastronomía	3 puntos si las comidas y bebidas locales son ofertadas permanentemente en sitios aptos para el visitante. 2 puntos si solo se elabora en ocasiones especiales 1 punto si es muy difícil encontrarla	3	3	3	3	3	15
3	Productos para su preparación gastronómica	3 puntos si utilizan más del 51% de productos locales en recetas propias del territorio. 2 puntos si utilizan el 50% productos internos y 50% productos externos para la preparación de la receta. 1 punto si utilizan más del 51% de productos externos en la receta.	1	1	1	1	2	6
4	Accesibilidad universal	3 puntos si la accesibilidad es universal 2 puntos si la accesibilidad es restringida a personas con 1 discapacidad. 1 punto si la accesibilidad es dificultosa a personas de 2 o más tipos de discapacidad.	3	3	3	3	3	15
5	Conectividad de voz y datos	3 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado. 2 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado. 1 sin conectividad	3	3	3	3	3	15
6	Información del atractivo por internet	3 puntos si en un buscador por lo menos hay 20 enlaces directos con información del atractivo.	1	1	1	1	1	5

Nº	Indicador de evaluación	Criterio	Bolón de pulpo	Tonga Marinera	Picante de pulpo	Bandera de Mariscos	Morcilla de mariscos	Total
7	Asociación con otros atractivos.	<p>2 puntos si en un buscador por lo menos contiene de 19 a 5 enlaces directos información del atractivo. 1 punto si en un buscador tiene menos de 4 enlaces directos con información del atractivo</p> <p>3 puntos si existen 5 o más atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial. 2 puntos si existe de 4 a 3 atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial. 1 punto si existen 2 a ninguno atractivo naturales o culturales a 1 km de distancia radial</p>	2	2	2	2	2	10
8	Seguridad	<p>3 puntos si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos un guardia, un botiquín y una persona certificada en primeros auxilios. 2 puntos si por lo menos tiene 2 de las 3 características antes mencionadas. 1 punto si tiene una o menos de las características mencionadas</p>	1	1	1	1	1	5
9	Señalética y movilidad	<p>3 puntos si existe por lo menos una señalética turística de aproximación de movilidad interna. 2 puntos si por lo menos hay una señalética turística de movilidad interna. 1 punto si tiene una o menos de las características mencionadas.</p>	1	1	1	1	1	5
10	Infraestructura de apoyo	<p>3 puntos si cuenta con un centro de recepción (información), senderos y batería higiénicas. 2 puntos si cuenta con 2 de las características mencionadas en el anterior punto 1 punto si cuenta con hasta 1 las características mencionadas</p>	3	3	3	3	3	15

Nº	Indicador de evaluación	de	Criterio	Bolón de pulpo	Tonga Marinera	Picante de pulpo	Bandera de Mariscos	Morcilla de mariscos	Total
11	Accesibilidad de tipos de transporte	de	3 puntos si ingresan todo tipo de vehículo. 2 puntos si solo se puede ingresar con vehículo 4x4, escuadrones, camiones, camionetas 1 punto si se puede ingresar solo por otros medios que no sean vehículos a motor.	3	3	3	3	2	14
12	Facilidades de parqueo	de	3 puntos si cuenta con parqueadero con espacios disponibles para buses de turismo, furgonetas y todo tipo de vehículos. 2 puntos si es solo cuenta con espacios para vehículos pequeños. 1 punto si no existe un servicio de parqueadero vehicular.	3	3	3	3	3	15
			Total	26	27	27	26	27	132
			Evaluación	36	36	36	36	36	180
			100%	72%	75%	75%	72%	75%	73%

Fuente: (Narváez, 2018)

Se ha recopilado información del componente gastronómico evaluándolos uno por platos típicos, para determinar su potencial turístico en términos porcentuales. La puntuación máxima alcanzable para cada plato gastronómico es de 36 puntos, equivalente al 100% del potencial turístico. En el gráfico N° 7 se describe y explicar los rangos de calificación. A continuación, se detallan los resultados obtenidos para cada uno en la tabla 24.

Tabla 24. Interpretación de resultados del componente gastronómico.

Gastronomía	Valor	Potencial turístico
Bolón de pulpo	72%	Alto
Tonga Marinera	75%	Alto
Picante de pulpo	72%	Alto
Bandera de Marisco	72%	Alto
Morcilla de marisco	65%	Alto
Total	73%	Alto

Cada uno de los componentes evaluados tienen una calificación máxima de acuerdo con la investigación. En el caso del componente gastronómico es el siguiente se muestra en la tabla 25.

Tabla 25. Puntaje total de la evaluación.

Puntuación Máxima Componente gastronómico	Puntaje total Componente gastronómico
132	73%

- Evaluación componente festividades y eventos

Para llevar a cabo la evaluación matricial del componente turístico del componente festividades y eventos se recolecto datos a través de la ficha de observación. A continuación, esa información se la evalúa en una matriz que se muestra a continuación en la tabla 26.

Tabla 26. Matriz de evaluación del potencial turístico del componente festividades y eventos.

Nº	Indicadores de Evaluación	de	Criterios	Fiesta del pescador	Evaluación
1	Nivel de atractiva de demanda por parte de las festividades y eventos		3 puntos si las festividades y eventos registran visitantes internacionales. 2 puntos si las festividades y eventos registran visitantes nacionales. 1 punto si las festividades y eventos registran visitantes locales.	2	2
2	Participación comunitaria en la gestión de festividades y eventos.		3 puntos si en la gestión de festividades y eventos hay colaboración de toda la comunidad: actores públicos, privados y comunitarios. 2 puntos si en la gestión de festividades y eventos solo participan dos actores de los tres antes mencionados. 1 punto si existe la colaboración de un solo actor.	2	2
3	Conectividad de voz y datos		3 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado. 2 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado. 1 sin conectividad	2	2
4	Información del atractivo por internet		3 puntos si en un buscador por lo menos hay 20 enlaces directos con información del atractivo. 2 puntos si en un buscador por lo menos contiene de 19 a 5 enlaces directos información del atractivo. 1 punto si en un buscador tiene menos de 4 enlaces directos con información del atractivo.	1	1
5	Seguridad		3 puntos si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos un guardia, un botiquín y una persona certificada en primeros auxilios. 2 puntos si por lo menos tiene 2 de las 3 características antes mencionadas. 1 punto si tiene una o menos de las características mencionadas.	1	1
6	Infraestructura de apoyo	de	3 puntos si cuenta con un centro de recepción (información), senderos y batería higiénicas. 2 puntos si cuenta con 2 de las características mencionadas en el anterior punto. 1 punto si cuenta con hasta 1 las características mencionadas	0	0
7	Accesibilidad de tipos de transporte		3 puntos si ingresan todo tipo de vehículo. 2 puntos si solo se puede ingresar con vehículo 4x4, cuadrones, camiones, camionetas.	3	3

Nº	Indicadores Evaluación	de	Criterios	Fiesta del pescador	Evaluación
			1 punto si se puede ingresar solo por otros medios que no sean vehículos a motor.		
8	Facilidades parqueo	de	3 puntos si cuenta con parqueadero con espacios disponibles para buses de turismo, furgonetas y todo tipo de vehículos. 2 puntos si es solo cuenta con espacios para vehículos pequeños. 1 punto si no existe un servicio de parqueadero vehicular.	1	1
9	Trabajo conjunto entre prestadores del servicio turístico	diferentes del	3 puntos si existe una asociación entre prestadores de servicio como: restauración, servicio de transporte, alojamiento. 2 puntos si existe una asociación que cuenta con miembros de al menos dos de los servicios antes mencionados. 1 punto si no existe asociación entre dos o más tipos de servicios turísticos.	3	3
10	Alineación tendencias turísticas	con	3 puntos si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con 5 a más tendencias del turismo como: turismo comunitario, científico, ecoturismo, agroturismo, histórico, religioso, cultural, aventura, gastronómico y de salud. 2 puntos si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con 4 o 3 tendencias del turismo. 1 punto si en el territorio se ofrecen 2 o menos actividades alineadas con las tendencias del turismo.	3	3
			Total	18	18
			Evaluación	30	30
			100%	60%	60%

Fuente: (Narváez, 2018)

Se ha recopilado información del componente festividades y eventos evaluándolos, para determinar su potencial turístico en términos porcentuales. La puntuación máxima alcanzable para cada festividad y evento es de 30 puntos, equivalente al 100% del potencial turístico. En la tabla N° 7 se describe y explicar los rangos de calificación. A continuación, se detallan los resultados obtenidos para cada uno en la tabla 27.

Tabla 27. Resultados del componente fiestas y eventos.

Fiestas y Eventos	Valor	Porcentaje
Fiestas del pescador	60%	Medio
Total	60%	Medio

Cada uno de los componentes evaluados tienen una calificación máxima de acuerdo con la investigación. En el caso del componente fiestas y actividades se muestra en la tabla 28.

Tabla 28. Puntaje total de la evaluación.

Puntuación Máxima	Componente fiestas y eventos	Puntaje total fiestas y actividades
18		60%

- Evaluación del componente actividades recreativas de la comunidad de Ligüiqui.

A continuación, se encuentra la evaluación del componente de actividades recreativas en la tabla 29.

Tabla 29. Matriz de evaluación componente actividades recreativas.

N°	Indicadores de evaluación	Criterios	Total de evaluación
1	Nivel de interactividad de demanda por parte de las actividades recreacionales del territorio.	3 puntos si hay Visitantes internacionales 2 puntos si hay Visitantes nacionales 1 puntos si hay Visitantes locales	0
2	Ambiente Limpio	3 puntos si no hay desechos en un radio de 100 metros desde el centro del atractivo. 2 puntos si encontramos 5 o menos desechos en un radio de 100 metros desde el centro del atractivo 1 hac. 1 punto si encontramos más de 5 desechos en un radio de 100 metros desde el centro del atractivo.	0
3	Participación comunitaria en el mantenimiento del atractivo.	3 puntos si la comunidad planifica y asiste a por lo menos 4 al año. 2 puntos si la comunidad planifica y asiste entre 1 a 3 mingas al año.	0

		1 punto si la comunidad no planifica, ni asiste a ninguna minga al año	
4	Accesibilidad universal	3 puntos si la accesibilidad es universal 2 puntos si la accesibilidad es restringida a personas con 1 discapacidad. 1 punto si la accesibilidad es dificultosa a personas de 2 o más tipos de discapacidad	0
5	Servicio de guías	3 puntos si hay guías permanentes para conducir los grupos. 2 puntos si hay guías ocasionales para conducir los grupos 1 punto sin guías, el atractivo es auto guiado	0
6	Conectividad de voz y datos	3 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado. 2 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado. 1 sin conectividad	0
7	Información del atractivo por internet	3 puntos si en un buscador por lo menos hay 20 enlaces directos con información del atractivo. 2 puntos si en un buscador por lo menos contiene de 19 a 5 enlaces directos información del atractivo. 1 punto si en un buscador tiene menos de 4 enlaces directos con información del atractivo.	0
8	Asociación con otros atractivos.	3 puntos si existen 5 o más atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial. 2 puntos si existe de 4 a 3 atractivos naturales o culturales a 1 km de distancia radial. 1 punto si existen 2 a ninguno atractivo naturales o culturales a 1 km de distancia radial	0
9	Seguridad	3 puntos si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos un guardia, un botiquín y una persona certificada en primeros auxilios. 2 puntos si por lo menos tiene 2 de las 3 características antes mencionadas. 1 punto si tiene una o menos de las características mencionadas.	0
10	Señalética y movilidad	3 puntos si existe por lo menos una señalética turística de aproximación de movilidad interna. 2 puntos si por lo menos hay una señalética turística de movilidad interna. 1 punto si tiene una o menos de las características mencionadas.	0
11	Infraestructura de apoyo	3 puntos si cuenta con un centro de recepción (información), senderos y batería higiénicas. 2 puntos si cuenta con 2 de las características mencionadas en el anterior punto. 1 punto si cuenta con hasta 1 las características mencionadas	0
12	Accesibilidad de tipos de transporte	3 puntos si ingresan todo tipo de vehículo.	0

			2 puntos si solo se puede ingresar con vehículo 4x4, cuadrones, camiones, camionetas. 1 punto si se puede ingresar solo por otros medios que no sean vehículos a motor.	
13	Facilidades parqueo	de	3 puntos si cuenta con parqueadero con espacios disponibles para buses de turismo, furgonetas y todo tipo de vehículos. 2 puntos si es solo cuenta con espacios para vehículos pequeños. 1 punto si no existe un servicio de parqueadero vehicular.	0
14	Servicio alojamiento	de	3 puntos si encontramos en el territorio 5 o más empresas de alojamiento. 2 puntos si encontramos en el territorio entre 4 a 2 empresas de alojamiento. 1 punto si encontramos en el territorio 1 o menos empresas de alojamiento.	0
15	Servicio restauración	de	3 puntos si encontramos en el territorio de 5 a o más empresas de restaurante. 2 puntos si encontramos en el territorio entre 4 a 2 empresas de restaurante. 1 punto si encontramos en el territorio 1 o menos empresas de restaurante.	0
16	Alineación con tendencias turísticas	con	3 puntos si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con 5 a más tendencias del turismo como: turismo comunitario, científico, ecoturismo, agroturismo, histórico, religioso, cultural, aventura, gastronómico y de salud. 2 puntos si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con 4 o 3 tendencias del turismo. 1 punto si en el territorio se ofrecen 2 o menos actividades alineadas con las tendencias del turismo.	0
			Total	0
			Evaluación	48
			100%	0,00%

Fuente: (Narváez, 2018)

Se ha recopilado información de las actividades recreativas evaluándolos por actividades, para determinar su potencial turístico en términos porcentuales. La puntuación máxima alcanzable para cada actividad es de 48 puntos, equivalente al 100% del potencial turístico. En la tabla N° 7 se describe y explicar los rangos de calificación. En la comunidad de Ligüiqui no existen actividades recreativas por lo tanto este es su porcentaje detallado en la tabla 30.

Tabla 30. Resultados del componente actividades recreativas.

Actividades recreacionales	Valor	Porcentaje
No hay actividades que oferten	0	Muy bajo

- Evaluación del componente Vías de acceso comunidad de Ligüiqui

A continuación, se muestra la matriz de evaluación del potencial turístico de vías de acceso en la tabla 31.

Tabla 31. Matriz de evaluación del componente vías de acceso.

Nº	Indicador de evaluación	Criterio	Evaluación
1	Tipo de vías para el acceso al territorio.	3 puntos si cuenta por lo menos con una vía arterial o de primer orden. 2 puntos si cuenta con al menos una vía intermunicipal o de segundo orden. 1 punto si cuenta solo con veredales o vías de tercer orden.	2
2	Condiciones generales de las vías	3 puntos si cuenta con vías no congestionadas, escénicas, seguras, con señalización con mantenimiento y con paraderos. 2 puntos si cuenta con por lo menos 3 de las características antes mencionadas. 1 punto si cuenta con dos o menos de las características mencionadas.	1
3	Tipo de transporte	3 puntos si cuentan con oferta de transporte público y privado. 2 puntos si cuentan con oferta de transporte con uno de los dos tipos de transporte. 1 punto si no cuentan con ninguno de los dos tipos de transporte.	2
4	Zonas de cruzamiento	3 puntos si cuenta con 4 zonas de cruzamiento seguras, sobre las vías de acceso, en cada poblado por el que esta vía atraviese (se consideran zonas de cruzamiento a: aceras, cruce de calles, cruce de calles reguladas por semáforos y puentes peatonales) 2 puntos si cuenta entre 2 a 3 zonas de cruzamiento seguras (se consideran zonas de cruzamiento a: aceras, cruce de calles, cruce de calles reguladas por semáforos y puentes peatonales) 1 punto si cuenta con una o menos zonas de cruzamiento seguras (se consideran zonas de cruzamiento a: aceras, cruce de calles, cruce de calles reguladas por semáforos y puentes peatonales).	1
5	Conectividad de las vías arteriales	3 puntos si cuentan con más de 3 vías de acceso que tienen conexión con vías de primer orden. 2 puntos si cuentan con al menos 2 vías de acceso con conexión con vías de primer 8 orden. 1 punto si hay 1 o menos vías con conexión a una vía de primer orden.	1

6	Seguridad Vial	3 puntos si las vías tienen un sistema de atención de emergencias (teléfono al costado de la vía para llamadas a bomberos, ambulancias, policía, entre otros) 2 puntos si las vías tienen conectividad a telefonía celular para poder realizar una llamada de emergencia al 911. 1 punto si no tiene ninguna conectividad para dar aviso de una emergencia.	1
7	Facilidades de puntos de descanso en las vías de acceso.	3 puntos si encontramos en las vías de acceso por lo menos un sitio de descanso que tenga baterías sanitarias, cafetería y tiendas de abarrotes. 2 puntos si encontramos en las vías de acceso por lo menos un sitio de descanso que tenga al menos dos de las características mencionadas anteriormente. 1 punto si encontramos en las vías de acceso un sitio de descanso que tenga una o menos de las características mencionadas.	0
8	Conectividad de voz y datos	3 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado. 2 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado. 1 sin conectividad	1
9	Señalética y movilidad	3 puntos si existe por lo menos una señalética turística de aproximación de movilidad interna. 2 puntos si por lo menos hay una señalética turística de movilidad interna. 1 punto si no contiene señalética turística.	2
10	Infraestructura de apoyo	3 puntos si cuenta con gasolinera, mecánica, lavadora de autos y vulcanizadora. 2 puntos si cuenta con 2 de las características mencionadas en el anterior punto. 1 punto si cuenta con hasta 1 las características mencionadas.	0
Total			11
Evaluación			30
100%			37%

Fuente: (Narváez, 2018)

Su potencial turístico en términos porcentuales. La puntuación máxima alcanzable es de 30 puntos, equivalente al 100% del potencial turístico. En la tabla N° 7 se describe y explicar los rangos de calificación. A continuación, se detallan los resultados obtenidos para vías de acceso en la tabla 32.

Tabla 32. Resultados del componente vías de acceso.

Vías de acceso	Valor	Potencial
11	37%	Bajo

Cada uno de los componentes evaluados tienen una calificación máxima de acuerdo con la investigación. En el caso del componente vías de acceso se muestra en la tabla 33.

Tabla 33. Puntaje total de la evaluación.

Puntuación Máxima Componente Vías de acceso	Puntaje total Componente Vías de acceso
11	37%

- Evaluación del componente de seguridad, salud y servicios básico comunidad de Ligüiqui.

A continuación, se muestra la matriz de evaluación del potencial turístico de seguridad en a taba 34.

Tabla 34. Matriz de evaluación del componente de seguridad.

Nº	Indicadores de evaluación	Criterios	Seguridad
1	Vigilancia permanente	3 puntos si cuenta con UPC (Unidad de policía Comunitaria) o similar. 2 puntos si este anexo a un circuito de seguridad de otra parroquia 1 punto si no cuenta con un sistema de seguridad.	1
2	Conectividad de voz y datos	3 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado. 2 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado. 1 sin conectividad	2
3	Señalética y movilidad	3 puntos si existe por lo menos una señalética turística de aproximación de movilidad interna. 2 puntos si por lo menos hay una señalética turística de movilidad interna. 1 punto si no contiene señalética turística.	2
4	Seguridad	3 puntos si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos un guardia, un botiquín y una persona certificada en primeros auxilios. 2 puntos si por lo menos tienen 2 de las 3 características antes mencionadas. 1 punto si tiene una o menos de las características mencionadas	0
5	Accesibilidad de tipos de transporte	3 puntos si ingresan todo tipo de vehículo. 2 puntos si solo se puede ingresar con vehículo 4x4, cuadrones, camiones, camionetas. 1 punto si se puede ingresar solo por otros medios que no sean vehículos a motor.	3
Total			8
Evaluación			15

100%

53,33

Fuente: (Narváez, 2018)

A continuación, se detallan los resultados obtenidos para componente de seguridad en la tabla 35.

Tabla 35. Resultados del componente seguridad.

Seguridad	Valor	Potencial
8	53,33%	Medio

Cada uno de los componentes evaluados tienen una calificación máxima de acuerdo con la investigación. En el caso del componente seguridad se muestra en la tabla 36.

Tabla 36. Puntaje total de la evaluación.

Puntuación Máxima Componente Seguridad	Puntaje total Componente Seguridad
8	53,33%

La evaluación que suma los indicadores respecto al ámbito de seguridad es de 15 puntos como máximo, en este caso alcanzo 8 puntos con el 53,33%.

A continuación, se muestra la matriz de evaluación del potencial turístico de servicios básicos 37.

Tabla 37. Matriz de evaluación del componente servicios básicos.

N°	Indicadores de evaluación	Criterios	Servicios Básicos
1	Servicios básicos	3 puntos si el 80-100 % de la población cuenta con luz, agua, alcantarillado y telecomunicación. 2 puntos si el 50 -79 % de la población cuenta con luz, agua, alcantarillado y telecomunicación. 1 punto si menos del 49% de la población cuenta con luz, agua, alcantarillado y telecomunicación.	2
2	Conectividad de voz y datos	3 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado. 2 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado. 1 sin conectividad	2
3	Señalética y movilidad	3 puntos si existe por lo menos una señalética turística de aproximación de movilidad interna. 2 puntos si por lo menos hay una señalética turística de movilidad interna. 1 punto si no contiene señalética turística.	3
Total			7

Evaluación	9
100%	77,7

Fuente: (Narváez, 2018)

Se ha recopilado información del componente servicios básicos evaluándolos para determinar su potencial turístico en términos porcentuales. La puntuación máxima alcanzada es de 9 puntos, equivalente al 100% del potencial turístico. En la tabla N° 7 se describe y explica los rangos de calificación. A continuación, se detallan los resultados obtenidos en la tabla 38.

Tabla 38. Resultados del componente servicios básicos.

Servicios básicos	Valor	Potencial
7	77.7%	Alto

Cada uno de los componentes evaluados tienen una calificación máxima de acuerdo con la investigación. En el caso del componente seguridad se muestra en la tabla 39.

Tabla 39. Puntaje total de la evaluación.

Puntuación Máxima Componente Servicios básico	Puntaje total Componente Servicios básicos
7	77.7%

A continuación, se muestra la matriz de evaluación del potencial turístico de manejo de desechos en la tabla 40.

Tabla 40. Matriz de evaluación del componente manejo de desechos.

N°	Indicadores de Evaluación	Criterio	Manejo de desperdicios
1	Programa de manejo de desechos	3 puntos si el recolector de basura pasa por lo menos tres veces a la semana. 2 puntos si el recolector de basura pasa dos veces a la semana. 1 punto si el recolector de basura pasa una o menos veces a la semana.	3
2	Conectividad de voz y datos	3 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado. 2 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado. 1 sin conectividad	2
3	Señalética y movilidad	3 puntos si existe por lo menos una señalética turística de aproximación de movilidad interna.	3

2 puntos si por lo menos hay una señalética turística de movilidad interna.
1 punto si no contiene señalética turística.

Total	8
Evaluación	9
100%	88,89

Fuente: (Narváez, 2018)

Se ha recopilado información del componente desechos, para determinar su potencial turístico en términos porcentuales. La puntuación máxima alcanzada es de 9 puntos, equivalente al 100% del potencial turístico. En la tabla N° 7 se describe y explicar los rangos de calificación. A continuación, se detallan los resultados obtenidos para cada uno en la tabla 41.

Tabla 41. Resultados del componente manejo de desechos.

Manejo de desechos	Valor	Potencial
8	88,89%	Alto

Cada uno de los componentes evaluados tienen una calificación máxima de acuerdo con la investigación. En el caso del componente manejo de desechos se detalla en la tabla 42.

Tabla 42. Puntaje total de la evaluación.

Puntuación Máxima Componente Manejo de desechos	Puntaje total Componente Manejo de desechos
8	88,89%

La evaluación que suma los indicadores respecto al ámbito de manejo de desechos es de 9 puntos como máximo, en este caso alcanzo 8 puntos con el 88,89%.

- Evaluación del componente de servicios turísticos: alojamiento y restaurante en comunidad de Ligüiqui

A continuación, se encuentra la evaluación del componente de servicios turísticos en la tabla 43 y 45.

Tabla 43. Puntaje total de la evaluación.

N°	Indicadores de Evaluación	Criterio	Comuna Ligüiqui
1	Categorización de los alojamientos	3 puntos si tiene 4 o más categorías de alojamientos. 2 puntos si tiene de 2 a 3 categorías de alojamientos.	2

N°	Indicadores de Evaluación	Criterio	Comuna Ligüiqui
		1 punto si tiene 1 o ninguna categoría de alojamientos.	
2	Cantidad de alojamiento	3 puntos si el territorio tiene entre el 80-100% de camas disponibles respecto a la parroquia. 2 puntos si el territorio tiene entre 50-79% de camas disponibles respecto al cantón. 1 punto si posee menos del 49% de camas disponibles respecto al cantón.	1
3	Trabajo conjunto entre diferentes prestadores del servicio turístico	3 puntos si existe una asociación entre prestadores de servicio como: restauración, servicio de transporte, alojamiento. 2 puntos si existe una asociación que cuenta con miembros de al menos 2 de los servicios antes mencionados. 1 punto si no existe asociación entre dos o más tipos de servicios turísticos.	1
4	Certificaciones de calidad	3 puntos si al menos una empresa cuenta con una certificación internacional y una nacional. 2 puntos si al menos una empresa cuenta con 1 una de las 2 certificaciones. 1 punto si no cuenta con ninguna certificación.	1
5	Cantidad de empleo generado	3 puntos si las empresas turísticas generan más del 1.4% de empleo local respecto al cantón. 2 puntos si las empresas turísticas generan entre el 1.3% al 1% de empleo local. 1 punto si las empresas turísticas generan menos del 0.9% de empleo local	2
6	Conectividad de voz y datos	3 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado. 2 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado. 1 sin conectividad	2
7	Seguridad	3 puntos si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos un guardia, un botiquín y una persona certificada en primeros auxilios. 2 puntos si por lo menos tiene 2 de las 3 características antes mencionadas. 1 punto si tiene una o menos de las características mencionadas.	1
8	Señalética y movilidad	3 puntos si existe por lo menos una señalética turística de aproximación de movilidad interna. 2 puntos si por lo menos hay una señalética turística de movilidad interna. 1 punto si tiene una o menos de las características mencionadas.	1
9	Facilidades de parqueo	3 puntos si ingresan todo tipo de vehículo. 2 puntos si solo se puede ingresar con vehículo 4x4, escuadrones, camiones, camionetas.	2

Nº	Indicadores de Evaluación	Criterio	Comuna Ligüiqui
		1 punto si se puede ingresar solo por otros medios que no sean vehículos a motor.	
		Total	13
		Evaluación	27
		100%	48%

Fuente: (Narváez, 2018)

Se ha recopilado información del componente alojamiento turístico, para determinar su potencial turístico en términos porcentuales. La puntuación máxima alcanzada es de 27 puntos, equivalente al 100% del potencial turístico. En la tabla N° 7 se describe y explicar los rangos de calificación. A continuación, se detallan los resultados obtenidos en a taba 44.

Tabla 44. Interpretación de resultados del componente alojamiento.

Alojamiento	Valor	Potencial
13	48%	Medio

Tabla 45. Matriz de evaluación del componente de restauración.

Nº	Indicadores de Evaluación	Criterio	Comuna Ligüiqui
1	Categorización de restauración	3 puntos si la parroquia tiene 4 o más categorías de restauración. 2 puntos si la parroquia tiene de 2 a 3 categorías de restauración. 1 punto si la parroquia tiene 1 o ninguna categoría de restauración.	1
2	Cantidad de restaurantes	3 puntos si la parroquia tiene entre 80-100% de mesas disponibles comparado con la parroquia. 2 puntos si la parroquia tiene entre 50-79% de mesas disponibles comparado con el cantón. 1 punto si la parroquia tiene menos del 49% de mesas disponibles comparado con el cantón.	2
3	Trabajo conjunto entre diferentes prestadores del servicio turístico	3 puntos si existe una asociación entre prestadores de servicio como: restauración, servicio de transporte, alojamiento. 2 puntos si existe una asociación que cuenta con miembros de al menos 2 de los servicios antes mencionados. 1 punto si no existe asociación entre dos o más tipos de servicios turísticos.	2
4	Certificaciones de calidad nacionales e internacionales	3 puntos si al menos una empresa cuenta con una certificación internacional y una nacional. 2 puntos si al menos una empresa cuenta con una de las 2 certificaciones. 1 punto si no cuenta con ninguna certificación.	1

5	Cantidad de empleo generado	3 puntos si las empresas turísticas generan más del 1.4% de empleo local respecto al cantón. 2 puntos si las empresas turísticas generan entre el 1.3% al 1% de empleo local. 1 punto si las empresas turísticas generan menos del 0.9% de empleo local.	1
6	Conectividad de voz y datos	3 puntos si la conectividad es factible en todo el lugar evaluado. 2 punto si existe por lo menos un punto de conectividad fija o celular en el lugar evaluado. 1 sin conectividad	2
7	Seguridad	3 puntos si el lugar cuenta con un sistema de seguridad con al menos un guardia, un botiquín y una persona certificada en primeros auxilios. 2 puntos si por lo menos tiene 2 de las 3 características antes mencionadas. 1 punto si tiene una o menos de las características mencionadas.	1
8	Señalética y movilidad	3 puntos si existe por lo menos una señalética turística de aproximación de movilidad interna. 2 puntos si por lo menos hay una señalética turística de movilidad interna. 1 punto si tiene una o menos de las características mencionadas.	1
9	Facilidades de parqueo	3 puntos si ingresan todo tipo de vehículo. 2 puntos si solo se puede ingresar con vehículo 4x4, escuadrones, camiones, camionetas. 1 punto si se puede ingresar solo por otros medios que no sean vehículos a motor.	3
Total			14
Evaluación			27
100%			51,85%

Fuente: (Narváez, 2018)

Se ha recopilado información del componente restauración turístico, para determinar su potencial turístico en términos porcentuales. La puntuación máxima alcanzada es de 27 puntos, equivalente al 100% del potencial turístico. En el Tabla N° 7 se describe y explicar los rangos de calificación. A continuación, se detallan los resultados obtenidos en la tabla 46.

Tabla 46. Interpretación de resultados componente restauración.

Componente de restauración	Valor	Potencial
14	51.85%	Medio

Cada uno de los componentes evaluados tienen una calificación máxima de acuerdo con la investigación. En el caso del componente de alojamiento y restauración es el siguiente se detalla en la tabla 47.

Tabla 47. Puntaje total de la evaluación.

Puntuación Máxima	Componente alimentación y restauración	Puntaje total	Componente alimentación y restauración
Alojamiento	13		48%
Restauración	14		51.85%

La evaluación que suma los indicadores respecto al ámbito de alojamiento es de 27 puntos como máximo, en este caso alcanzo 13 puntos con el 48% y la restauración es de 27 puntos como máximo, en este caso alcanzo 14 puntos con el 51,85%.

- Evaluación del potencial turístico del componente consumidor.

A continuación, se encuentra la evaluación del componente consumidor en la tabla 48.

Tabla 48. Matriz de evaluación del componente consumidor.

N°	Indicadores de Evaluación	Criterio	Comuna Ligüiqui
1	Tipo de visitantes que llegan por la operación turística	3 puntos, si llegan las (2) clases de turistas por concepto de operación turística del territorio ((1) doméstico y (2) receptivo). 2 punto, si llega 1 de las 2 clases de visitante 1 puntos, si no llega ningún tipo de visitante por concepto de operación turística	3
2	Género del visitante	3 puntos, si existe al menos una relación de 42% mujeres y 58% hombres en el lugar, lo que se considera equitativo. 2 punto, si existe una relación de 59% de hombre o mujeres lo que no es equitativo. 1 puntos, si solo un género visita el lugar.	3
3	Rango de edad del visitante	3 puntos, si el territorio es visitado por personas de todo tipo de edad. 2 punto, si el territorio es visitado por niños, jóvenes y adultos. 1 puntos, si el territorio es visitado solo por dos grupos de edad.	3
4	Frecuencia de visita al territorio, por parte del visitante	3 puntos, si los visitantes llegan de 5 a más veces al año. 2 punto, si los visitantes llegan entre 2 a 4 veces al año. 1 puntos, si los visitantes llegan solo 1 vez al año.	2
5	Motivación de viaje del visitante	3 puntos, si los visitantes manifiestan llegar por lo menos por 5 diferentes motivaciones de viaje	2

		<p>como: (1)religión, (2)gastronomía, (3)lugares de relevancia natural y cultural, (4)vida nocturna, (5)visita a familiares y amigos, (6)turismo de aventura, (7)eventos culturales, (8)turismo de deportes, (9)compras, (10)profesional /negocios, entre otros.</p> <p>2 punto, si los visitantes manifiestan llegar por entre 2 a 4 motivaciones de viaje.</p> <p>1 puntos, si los visitantes llegan por 1 sola motivación de viaje</p>	
6	Conformación del grupo de visitantes	<p>3 puntos, si los visitantes llegan: (1)solos, (2)en pareja y (3)en grupo (amigos, familia).</p> <p>2 punto, si los visitantes llegan de 2 formas de las 3 estipuladas.</p> <p>1 puntos, si llega solo de 1 forma grupal</p>	3
7	Gasto turístico	<p>3 puntos, si el visitante gasta por día 26 USD o más en su visita al territorio.</p> <p>2 punto, si el visitante gasta por día entre 10 a 25 USD, en su visita al territorio.</p> <p>1 punto, si el visitante gasta por día menos de 9 USD, en su visita al territorio</p>	2
8	Implementación de políticas de comportamiento del visitante en la actividad turística	<p>3 puntos, si en el territorio al momento de ejercer una actividad turística, se observa políticas de comportamiento en 2 más idiomas.</p> <p>2 punto, si en el territorio al momento de ejercer una actividad turística, se observa políticas de comportamiento en 1 idioma.</p> <p>1 puntos, si en el territorio no se observa políticas de comportamiento para el visitante, al momento de ejercer una actividad turística.</p>	1
9	Temporada de visita al territorio, por parte del visitante	<p>3 puntos, si los visitantes llegan al territorio de manera indistinta, es decir, (1) entre semana, (2) fines de semana, (3) vacaciones o (4) feriados.</p> <p>2 punto, si los visitantes, llegan al territorio solo en 2 de las 4 posibles temporalidades descritas.</p> <p>1 puntos, si los visitantes llegan al territorio por 1 o ninguna de las temporalidades descritas</p>	3
10	Consumo de alojamiento, por parte de los visitantes	<p>3 puntos, si más del 50% de visitantes, consumen el servicio de alojamiento durante su estadía.</p> <p>2 punto, si entre el 15% al 49% de visitantes, consumen el servicio de alojamiento durante su estadía.</p> <p>1 puntos, si menos del 15% de los visitantes consumen el servicio de alojamiento durante su estadía.</p>	1
11	Calificación de los visitantes al servicio turístico de alojamiento	<p>3 puntos, si más del 80% de los visitantes calificaron como excelente su experiencia con respecto al servicio de alojamiento en el territorio.</p> <p>2 punto, si entre el 51 al 79% de los visitantes calificaron como muy bueno su experiencia con respecto al 1 1 50% servicio de alojamiento en el territorio.</p>	2

		1 puntos, si más del 50% de los visitantes calificaron como bueno o malo su experiencia con respecto al servicio de alojamiento en el territorio.	
12	Calificación de los visitantes al servicio turístico de alimentación	3 puntos, si más del 80% de los visitantes calificaron como excelente su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio. 2 punto, si entre el 51 al 79% los visitantes calificaron como muy bueno su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio. 1 puntos, si el 50% o más de los visitantes calificaron como bueno o malo su experiencia con respecto al servicio de alimentación en el territorio	2
13	Duración de la estadía por parte del visitante	3 puntos, si los visitantes se quedan en el territorio por más de 4 días. 2 punto, si los visitantes se quedan en el territorio entre 2 y 3 días. 1 puntos, si los visitantes se quedan en el territorio por solo 1 día.	2
14	Nivel de satisfacción del visitante	3 puntos, si más del 80% de los visitantes recomienda o volverían al territorio. 2 punto, si entre 50-79% de los visitantes recomiendan o volvería al territorio. 1 puntos, si menos de 49% de los visitantes recomienda o volvería al territorio.	2
15	Procedencia de los visitantes	3 puntos, si el territorio maneja datos reales de la procedencia de los turistas, de forma anual. 2 punto, si el territorio implicado maneja datos reales de la procedencia de los turistas, cada tres años. 2 punto, si el territorio implicado maneja datos reales de la procedencia de los turistas, cada tres años.	1
16	Percepción de los turistas y visitantes de la población local	3 puntos, si más del 80% de los turistas calificaron como excelente su experiencia con la población local. 2 punto, si entre el 51 al 79% de los turistas calificaron como muy buena su experiencia con la población local. 1 puntos, si del 50% o menos de los turistas calificaron como buena o mala su experiencia con respecto a la población	2
		Total	34
		Evaluación	48
		100%	70,8%

Fuente: (Narváez, 2018)

Se ha recopilado información detallada sobre los componentes consumidor de la comunidad de Ligüiqui, evaluándolos por una encuesta para evaluar el potencial turístico en términos porcentuales. La puntuación máxima alcanzada por el componente consumidor es 48 puntos, equivalente al 100% del potencial turístico. En el Tabla N° 7 se describe y explicar los rangos de calificación. A continuación, se detallan los resultados obtenidos se muestran en la tabla 49.

Tabla 49. Evaluación del nivel de potencial turístico del consumidor.

Componente consumidor	Valor	Potencial turístico
34	70,8%	Alto

Cada uno de los componentes evaluados tienen una calificación máxima de acuerdo con la investigación. En el caso del componente consumidor se muestra en la siguiente tabla 50.

Tabla 50. Puntaje total de la evaluación.

Puntuación Máxima Componente Consumidor	Puntaje total Componente Consumidor
34	70,8%

- Evaluación del potencial turístico del componente promoción y comercialización

A continuación, se encuentra la evaluación del componente de promoción y comercialización en la tabla 51.

Tabla 51. Matriz de evaluación de promoción y comercialización.

N°	Indicadores de Evaluación	Criterio	Comuna de Ligüiqui
1	Entidades que promueven la promoción y comercialización del territorio	3 puntos si la promoción y difusión es por parte del GAD parroquial y los prestadores de servicios. 2 puntos si la promoción y difusión es por parte de uno de los dos entes. 1 punto si no existe ninguna promoción y difusión en la comuna	3
2	Nivel de promoción y comercialización en el territorio	3 puntos si existe una promoción a escala local, nacional, e internacional. 2 puntos si cuenta con 2 de las escalas de promoción. 1 punto si existe uno o ninguna escala de promoción.	3
3	Medios de difusión del territorio	3 puntos si la difusión se ha realizado por al menos 4 de los siguientes medios: radio, televisión, redes sociales, trípticos, revistas, página web. 2 puntos si por lo menos se han realizado información en 3 de los medios mencionados.	3

		1 punto si se han utilizado 2 o menos medios de promoción.	
4	Diversificación de idiomas en la promoción	3 puntos cuentan con material promocional en tres o más idiomas. 2 puntos cuentan con material promocional por lo menos en dos idiomas. 1 punto cuenta con material promocional por lo menos en un idioma.	2
5	Cantidad de operadoras de viaje	3 puntos si existen 3 o más operadoras turísticas en el territorio. 2 puntos si existe 2 operadoras turísticas en el territorio. 1 punto si existe 1 o ninguna operadora turística.	1
6	Participación del territorio en eventos de promoción turística	3 puntos si el territorio ha participado al menos en 2 de los siguientes eventos; ferias, exposiciones y convenciones turísticas, anualmente. 2 punto si el territorio ha participado en un evento de los antes mencionados, anualmente. 1 punto si el territorio no ha participado en ninguno de los eventos antes mencionados, anualmente	1
	Total		13
	Evaluación		18
	100%		72,2%

Fuente: (Narváez, 2018)

Se ha recopilado información del componente promoción y comercialización, para determinar su potencial turístico en términos porcentuales. La puntuación máxima alcanzada es de 18 puntos, equivalente al 100% del potencial turístico. En la tabla N° 7 se describe y explicar los rangos de calificación. A continuación, se detallan los resultados obtenidos en la tabla 52.

Tabla 52. Resultados del componente promoción y comercialización.

Promoción y comercialización	Valor	Potencial
13	72,2%	Alto

Cada uno de los componentes evaluados tienen una calificación máxima de acuerdo con la investigación. En el caso del componente promoción y comercialización es el siguiente se muestra en la tabla 53.

Tabla 53. Puntaje total de la evaluación.

Puntuación Máxima Componente promoción y comercialización	Puntaje total Componente promoción y comercialización
13	72,2%

- Evaluación del potencial componente políticas administrativas

A continuación, se encuentra la evaluación del componente de políticas administrativas en la tabla 54.

Tabla 54. Matriz de evaluación de políticas administrativas.

Nº	Indicadores	Criterio	Comunidad de Ligüiqui
1	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT)	3 puntos si posee un PDOT 2 puntos si por lo menos poseen alguna parte del PDOT. 1 punto si no posee ningún PDOT.	3
2	Estrategias que estén vinculados al turismo dentro del PDOT	3 puntos si el PDOT por lo menos tiene 3 o más estrategias vinculadas al desarrollo del turismo. 2 puntos si por lo menos tienen 2 estrategias vinculadas al desarrollo del turismo. 1 punto si por lo menos tiene 1 o ninguna estrategia vinculada al desarrollo del turismo.	1
3	Plan de desarrollo del turismo en el PDOT	3 puntos si dentro del PDOT se habla directamente de un plan de desarrollo del turismo 2 puntos si dentro del PDOT se habla indirectamente del turismo. 1 punto si no se habla nada sobre turismo.	1
		Total	5
		Evaluación	9
		100%	55,55%

Fuente: (Narváez, 2018)

Se ha recopilado información del componente políticas administrativas, para determinar su potencial turístico en términos porcentuales. La puntuación máxima alcanzada es de 9 puntos, equivalente al 100% del potencial turístico. En la tabla N° 7 se describe y explicar los rangos de calificación. A continuación, se detallan los resultados obtenidos en la tabla 55.

Tabla 55. Resultados componente políticas administrativas.

Políticas e administrativas	Valor	Potencial
5	55,6%	Medio

Cada uno de los componentes evaluados tienen una calificación máxima de acuerdo con la investigación. En el caso del componente políticas administrativas se muestra en la tabla 56.

Tabla 56. Puntaje total de la evaluación.

Puntuación Máxima Componente políticas administrativas	Puntaje total Componente políticas administrativas
5	55,6%

- Evaluación del potencial componente Instituciones administrativas

A continuación, se encuentra la evaluación del componente de instituciones administrativas en la tabla 57.

Tabla 57. Matriz de evaluación de instituciones administrativas.

Nº	Indicador	Criterio	Comunidad de Ligüiqui
1	Centro de información	3 si existe un centro de información turística. 2 si por lo menos hay un agente que brinde información turística. 1 Si no tiene ninguna de las antes mencionadas.	1
2	Funcionarios en la dirección de turismo	3 si tiene tres funcionarios en la dirección de turismo. 2 si por lo menos hay 1 0 2 funcionarios en la dirección de turismo. 1 si no tiene ningún funcionario en la dirección de turismo.	2
3	Colaboración de instituciones con el territorio	3 si cuenta con la colaboración del: estado, instituciones privadas, ONG's, comunitarias, académicas, en temas turísticos. 2 si cuenta con 2 de las características mencionadas en temas turísticos. 1Si cuenta con una o ninguna de las características mencionadas en temas turísticos	3
4	Acceso a datos de los agentes encargados de turismo	3 si se cuenta con facilidad los datos personales: nombre, teléfono y email. 2 si se cuenta con un dato. 1 si no se puede encontrar datos	1
5	Alineación con tendencias turísticas	3 puntos si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con cinco a más tendencias del turismo como: turismo comunitario, científico, ecoturismo, agroturismo, histórico, religioso, cultural, aventura, gastronómico y de salud. 2 puntos si en el territorio se ofrecen actividades alineadas con cuatro o tres tendencias del turismo. 1 punto si en el territorio se ofrecen dos o menos actividades alineadas con las tendencias del turismo.	1
6	Existencia de departamento, gerencia o subgerencia de turismo perteneciente al GAD	3 puntos si el territorio cuenta con un departamento perteneciente al GAD. 2 puntos si el territorio cuenta con un departamento perteneciente un 50% al GAD y un 50% a una entidad ajena al GAD. 1 punto si el territorio no cuenta con departamento perteneciente al GAD. Punto si el territorio cuenta con un departamento perteneciente un 50% al GAD y un 50% a una entidad ajena al GAD. Clientelas	2

7	Convenios de investigación turística entre la entidad de turismo encargada y las instituciones académicas de investigación	<p>3 puntos si la entidad de turismo encargada cuenta con cinco o más convenios de investigación en turismo con instituciones académicas de investigación.</p> <p>2 puntos si la entidad de turismo encargada cuenta con cuatro o tres convenios de investigación en turismo con 1 instituciones académicas.</p> <p>1 punto si la entidad de turismo encargada de cuenta con dos o un convenio de investigación en turismo con instituciones académicas.</p>	1
8	Número de investigaciones que se realiza por parte de la institución de regulación del turismo	<p>3 puntos si la institución reguladora de turismo del territorio realiza por lo menos una investigación por trimestre.</p> <p>2 puntos si la institución reguladora de turismo del territorio realiza por lo menos una investigación por semestre.</p> <p>1 punto si la institución reguladora de turismo del territorio realiza por lo menos una investigación por año</p>	1
9	Registro de los emprendimientos turísticos con los que cuenta el territorio en una entidad reguladora de las actividades turísticas.	<p>3 puntos, si la entidad reguladora de las actividades turísticas lleva un registro trimestral de los emprendimientos turísticos del territorio.</p> <p>2 punto, si la entidad reguladora de las actividades turísticas lleva un registro semestral o anual de los emprendimientos turísticos del territorio.</p> <p>1 puntos si la actividad reguladora no lleva un registro de los emprendimientos turísticos del territorio</p>	2
10	Número de alianzas con fines turísticos entre el sector público y privado	<p>3 puntos existen al menos cinco tipos de alianzas con fines turísticos entre los dos sectores (público y privado).</p> <p>2 puntos si existen entre dos a cuatro tipos de alianzas con fines turísticos entre los dos sectores (público y privado).</p> <p>1 punto si existe al menos un tipo de alianza con fines turísticos entre los dos sectores (público y privado)</p>	0
11	Estudios de capacidad de carga	<p>3 puntos si la entidad encargada cuenta con por lo menos un estudio de capacidad de carga, en el último año.</p> <p>2 puntos si la entidad encargada cuenta con por lo menos dos a cuatro estudios de capacidad de carga, en los últimos 5 0 años.</p> <p>1 punto si la entidad encargada no cuenta con estudios de capacidad de carga.</p>	1
12	Políticas de fijación de precios en servidores turísticos	<p>3 puntos si la institución encargada mantiene un control trimestral, con respecto a la fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos.</p> <p>2 puntos si la institución encargada mantiene un control semestral, con respecto a la fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos.</p> <p>1 punto si la institución encargada mantiene un control anual, con respecto a la fijación de precios en los prestadores de servicios turísticos.</p>	0
13	Control de actividades de aventura	<p>3 puntos si la institución encargada de las actividades turísticas mantiene un control trimestral con respecto a la práctica de los deportes de aventura.</p> <p>2 puntos si la institución encargada de las actividades turísticas mantiene un control semestral con respecto a la práctica de los deportes de aventura.</p>	0

1 punto si la institución encargada de las actividades turísticas mantiene un control anual con respecto a la práctica de los deportes de aventura.

Total	15
Evaluación	39
100%	38%

Fuente: (Narváez, 2018)

Se ha recopilado información del componente instituciones administrativas para determinar su potencial turístico en términos porcentuales. La puntuación máxima alcanzada es de 39 puntos, equivalente al 100% del potencial turístico. En la tabla N° 7 se describe y explicar los rangos de calificación. A continuación, se detallan los resultados obtenidos en la tabla 58.

Tabla 58. Resultados componente instituciones administrativas.

Instituciones administrativas	Valor	Potencial
15	38%	Baja

Cada uno de los componentes evaluados tienen una calificación máxima de 9 acuerdo a la investigación. En el caso del componente instituciones administrativas es el siguiente se muestra en la tala 59.

Tabla 59. Puntaje total de la evaluación.

Puntuación Máxima Componente instituciones administrativas	Puntaje total Componente instituciones administrativas
15	38%

El componente de instituciones administrativas obtuvo un 38% un nivel bajo dando a conocer cómo se debe mejorar en algunos criterios de instituciones administrativas

4.1.2.3 Matriz general de evaluación del potencial del sistema turístico.

La siguiente matriz sistematiza los componentes analizados, los cuales han evaluado el potencial turístico de la comunidad de Ligüiqui con el objetivo de clasificarlos dentro de una escala que arroje un porcentaje promedio que indique si tiene un nivel muy alto, alto, medio, bajo y muy bajo. Esta detallado en la tabla 60.

Tabla 60. Matriz general de evaluación de potencial turísticos.

Nº	Componentes	Puntaje obtenido por componente	Puntaje total por componente	Porcentaje	Valoración Escrita
1	Componente Natural	69	144	48%	Medio
2	Componente Cultural	45	102	44%	Medio
3	Componente Gastronómico	132	180	73%	Alto
4	Componente de festividades y eventos	18	30	60%	Medio
5	Componente de actividades recreativas	0	48	0%	Muy bajo
6	Componentes vías de acceso	11	30	37%	Bajo
7	Componente de seguridad, salud, servicios básicos, manejo de desechos	23	33	70%	Alto
8	Componente de servicios turísticos alojamiento y restauración.	48	54	89%	Muy alto
9	Componente consumidor	34	48	71%	Alto
10	Componente de promoción y comercialización	13	18	72%	Alto
11	Componente de políticas administrativas	5	9	56%	Medio
12	Componente de instituciones administrativas	15	39	38%	Bajo
	Total	413	735	56%	Medio

Fuente: (Narváez, 2018)

La comunidad de Ligüiqui tiene un potencial turístico medio, según la evaluación de los doce componentes del sistema turístico que la conforman. Para llegar a esta conclusión, sumamos los resultados de cada componente, obteniendo un total de 413. Luego, este número se divide entre el valor máximo posible, que es 735, y se multiplica por 100, lo que nos da un 60,76%. En la escala de Likert, un puntaje entre 41 y 60,99 se clasifica como media, lo que significa que Ligüiqui tiene un potencial turístico moderado. En la tabla N° 7 se describe y explicar los rangos de calificación. Esto sugiere que, aunque hay oportunidades de desarrollo, también hay espacio para mejorar y fortalecer su atractivo turístico.

4.1.3. Demanda turística de Ligüiqui

Para esta investigación, realizamos encuestas en la comunidad de Ligüiqui, asegurando que fueran validadas estadísticamente para obtener una muestra representativa. Los datos fueron organizados y analizados con un software estadístico que facilita una visualización clara de los resultados.

4.1.3.1 Perfil del turista que visita comunidad de Ligüiqui.

A continuación, se detalla el perfil de turista en la siguiente infografía de la figura 7,8 y 9.

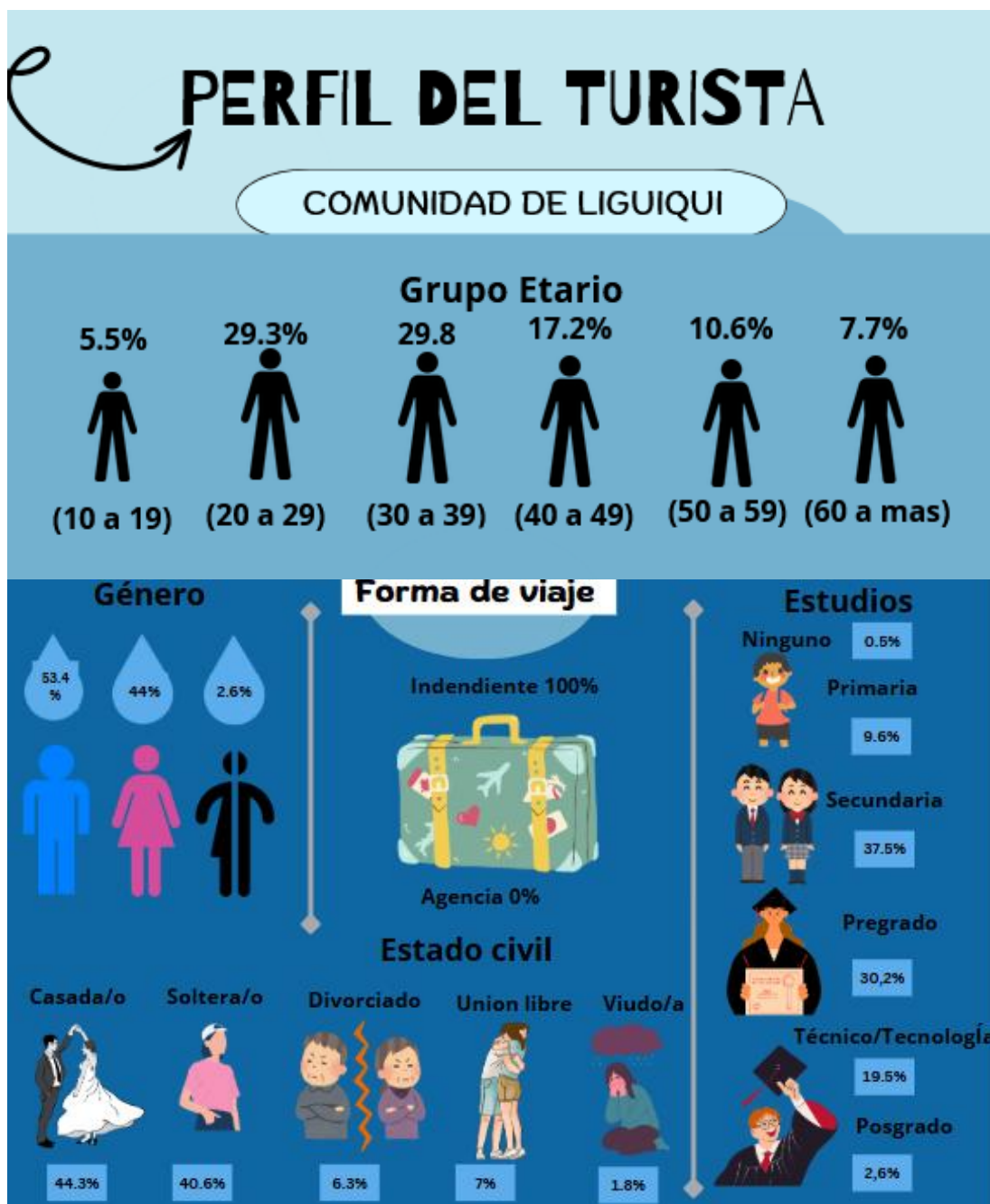


Figura 7. Infografía perfil de turista de Ligüiqui.

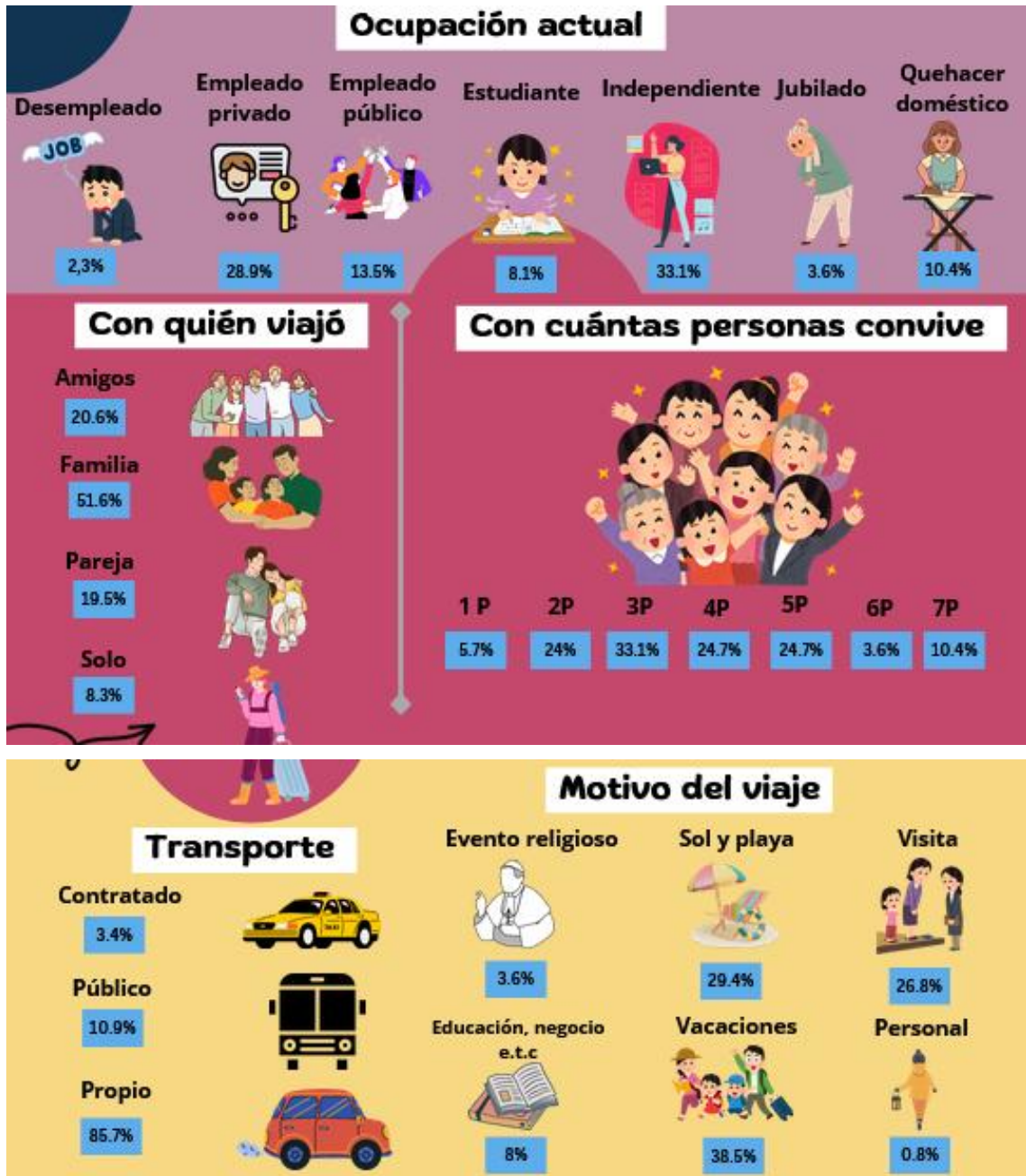


Figura 8. Infografía perfil de turista de Ligüiqui.

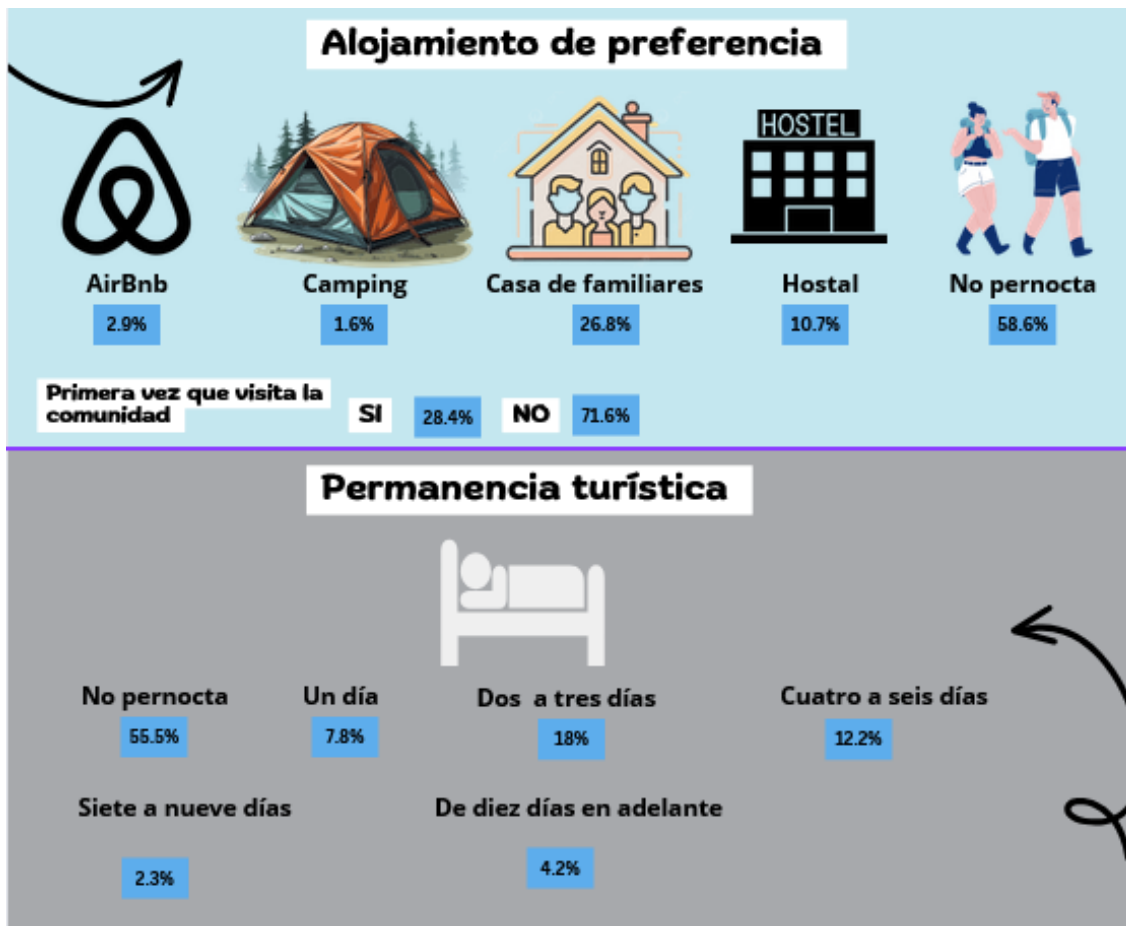


Figura 9. Infografía perfil de turista de Liguïqui

El perfil del turista es clave para entender la dinámica del destino estudiado, ya que facilita la identificación de las necesidades, características y expectativas de quienes lo visitan.

El grupo predominante tiene entre 30 y 39 años (29,8%), indicando una audiencia mayoritariamente adulta joven, con su mayoría de género masculino (53,4%), los casados representan el 44,3%. El 37,5% de los turistas tiene formación secundaria, lo que refleja un nivel educativo medio.

El 28,9% son empleados privados, lo que podría estar relacionado con un perfil socioeconómico medio. El 33,1% convive con 3 personas, lo cual refleja hogares relativamente pequeños.

La mayoría viaja en familia, lo que sugiere la necesidad de actividades y servicios orientados a grupos familiares. El motivo principal del viaje a la comunidad de Liguïqui es vacaciones (29,4%), indicando que Liguïqui es percibido como un destino de ocio. El 100% realiza el viaje de manera independiente, lo que implica que los turistas no

dependen de agencias de viajes y podrían estar utilizando recursos en línea o referencias personales para planificar sus visitas. El 85,7% utiliza vehículo propio.

El 58,6% no pernocta, sugiriendo que Ligüiqui es mayoritariamente un destino de excursión o visita corta. Entre quienes permanecen más de un día (18%), suelen quedarse de 2 a 3 días, su opción de hospedaje es en casa de familiares el 26,8% y 10,7% en hostales destacando una limitada infraestructura hotelera. El 71,6% de los turistas no visita Ligüiqui por primera vez, evidenciando una fidelidad alta hacia el destino.

4.1.3.2. País de residencia.

Los resultados de la encuesta realizada del país de residencia se presentan a continuación los datos recopilados en la tabla 61 y figura 10.

Tabla 61. Tabla de frecuencia país de residencia.

País	Frecuencia
Colombia	11
Ecuador	373
Total	384

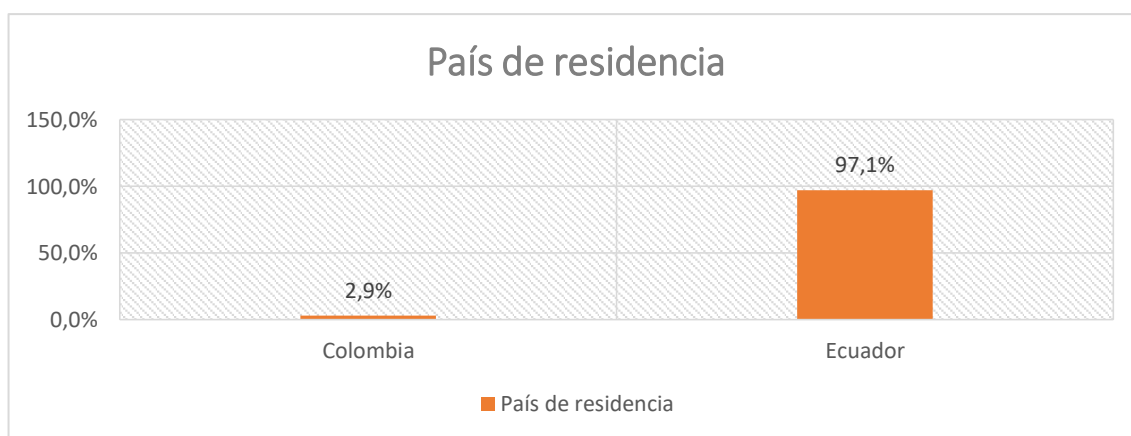


Figura 10. País de residencia resultado de la encuesta aplicada.

La comunidad de Ligüiqui presenta una alta demanda turística por parte de visitantes ecuatorianos, con un potencial de crecimiento en el mercado internacional. Identificar las barreras y oportunidades en la infraestructura, la promoción, oferta turística del destino es clave para aumentar la demanda y diversificar la base de visitantes aumentando la proporción de visitantes extranjeros.

4.1.3.3. Ciudad de residencia

Los resultados de la encuesta realizada los resultados de la ciudad de residencia de la demanda se presentan a continuación los datos recopilados en la tabla 62 y figura 11.

Tabla 62. Tabla de frecuencia ciudad de residencia.

Ciudad	Frecuencia
Manta	154
Quito	100
Guayaquil	48
Porto viejo	37
Salinas	7
Otros	38
Total	384

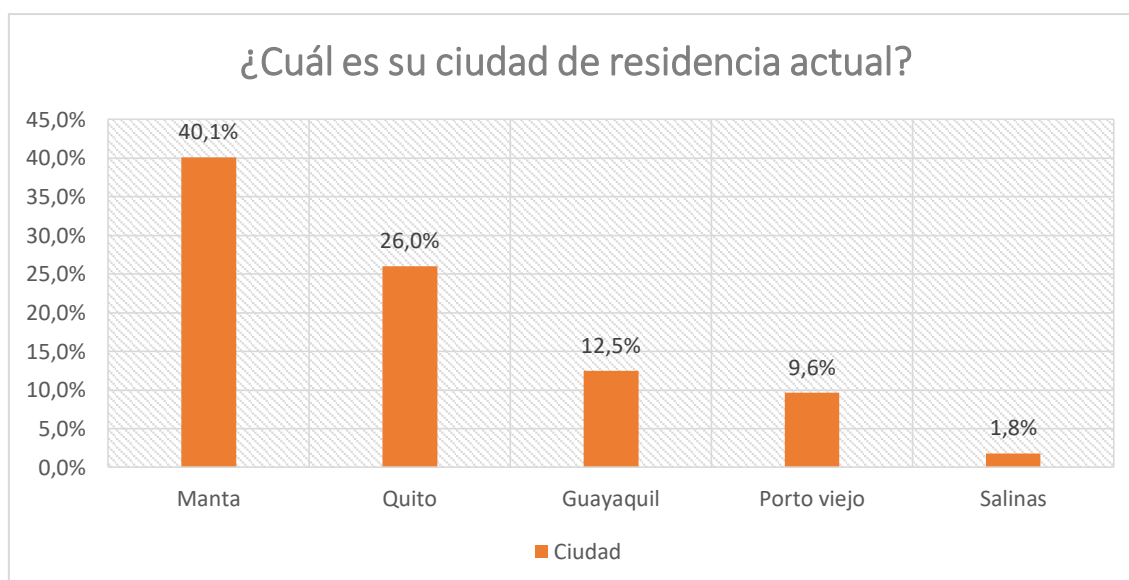


Figura 11. Resultados ciudad de residencia

La mayoría de los visitantes de la comunidad de Liguíqui son locales o de áreas cercanas (Manta 40,10%). Esto sugiere que Liguíqui es un destino que atrae principalmente a turistas de corta distancia. Los visitantes de Quito en un 26,04% representa a turistas provenientes de la Sierra, quienes probablemente buscan un destino costero para descansar o vacacionar.

Los turistas de ciudades cercanas como Manta, Montecristi y Portoviejo probablemente realicen visitas de un solo día o fines de semana, mientras que aquellos de ciudades más alejadas, como Quito o Tulcán, podrían extender su estadía para aprovechar el viaje.

El turismo de la comunidad es predominantemente de visitantes regional y nacional, con una gran concentración de visitantes locales, lo que sugiere que Ligüiqui es más conocida a nivel local y tiene potencial para atraer más turistas de otras regiones si se realizan esfuerzos promocionales.

4.1.3.4. Gasto promedio de visitantes a la comunidad de Ligüiqui.

Los resultados de la encuesta realizada del gasto promedio de visitantes a la comunidad de Ligüiqui se presentan a continuación los datos recopilados en la figura 12.



Figura 12. Gasto promedio de visitantes a la comunidad de Ligüiqui.

Mayor gasto promedio diario por persona en alimentación: Este rubro es el más significativo para los turistas, lo que resalta la importancia de seguir fortaleciendo la gastronomía local con una oferta variada y accesible.

Bajo gasto promedio diario por persona del alojamiento y transporte: La mayoría de los turistas no pernocta y utilizan su propio vehículo, lo que limita los ingresos locales en estos rubros. Incentivar estadías prolongadas y ofrecer transporte alternativo podría aumentar el gasto promedio.

Oportunidades en souvenirs y actividades: Ambos rubros muestran un gran potencial de crecimiento. Promover productos locales y diseñar actividades atractivas puede motivar a los turistas a gastar más durante su visita.

4.1.3.5. Tipo de alojamiento turístico de preferencia.

Los resultados de la encuesta realizada del tipo de alojamiento turístico de preferencia se presentan a continuación los datos recopilados en la figura 13.

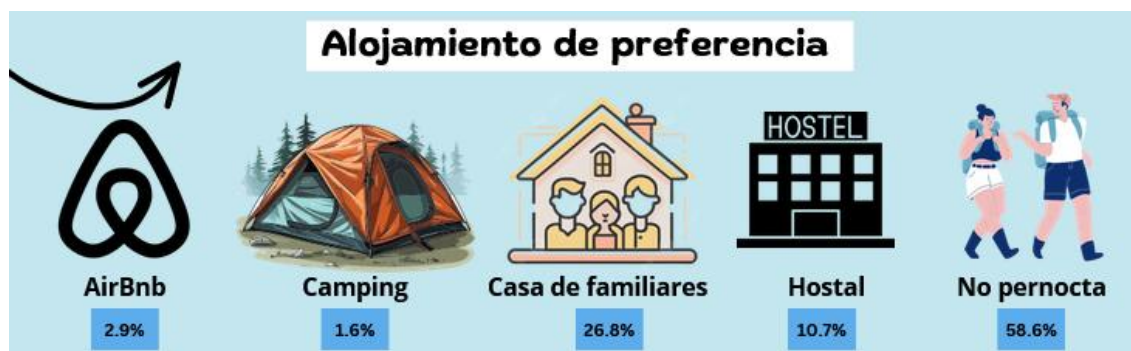


Figura 13. Preferencia de alojamiento turístico.

La mayoría de los turistas (58,6%) no pernocta en comunidad de Liguiqui, lo que indica que la región es más un destino de turismo de un solo día, probablemente debido a la escasa oferta de alojamiento. Esta situación limita las opciones para los viajeros que deseen quedarse por más tiempo, lo que podría estar afectando el potencial de crecimiento del turismo en la zona.

Aunque las casas de familiares (26,8%) son la opción más popular de hospedaje, esto refleja que la falta de infraestructura turística podría estar impidiendo que la comunidad de Liguiqui atraiga a turistas que busquen alternativas más estructuradas, como hostales u hoteles

Por otro lado, el bajo porcentaje de preferencia por Airbnb (2,9%) y camping (1,6%) sugiere que la oferta en estas categorías es aún muy limitada o que las condiciones para disfrutar de estas experiencias no están suficientemente desarrolladas en la comunidad. El hecho de que solo un 10,7% de los turistas se hospeden en hostales también refleja la falta de opciones de alojamiento accesible y adecuado para quienes buscan alternativas para alojarse.

4.1.3.6. Preferencia gastronómica del visitante a la comunidad de Liguiqui.

Los resultados de la encuesta realizada de la preferencia gastronómica del visitante a la comunidad de Liguiqui se presentan a continuación los datos recopilados en la figura 14.

Preferencia gastronómica



Figura 14. Preferencia gastronómica.

La preferencia gastronómica de los visitantes, los platos más solicitados por quienes visitan Ligüiqui son la bandera de mariscos es un plato emblemático de la comunidad. Este delicioso plato incluye camarones, calamares, pulpo, pescado, ceviche de camarón, arroz marinerero y conchas. Su popularidad radica en que

combina una variedad de sabores en un solo plato, lo que lo convierte en una opción muy apreciada por los visitantes.

4.1.3.7. Preferencia en actividades culturales.

Los resultados de la encuesta realizada de la preferencia en actividades culturales se presentan a continuación los datos recopilados en la tabla 63 y figura 15.

Tabla 63. Frecuencia preferencia en actividades culturales.

Actividades culturales	Frecuencia
No realizan actividades culturales	358
Festival del Pulpo	14
Fiestas de la Virgen del Mar	10
Restos Arqueológicos	2
Total	384

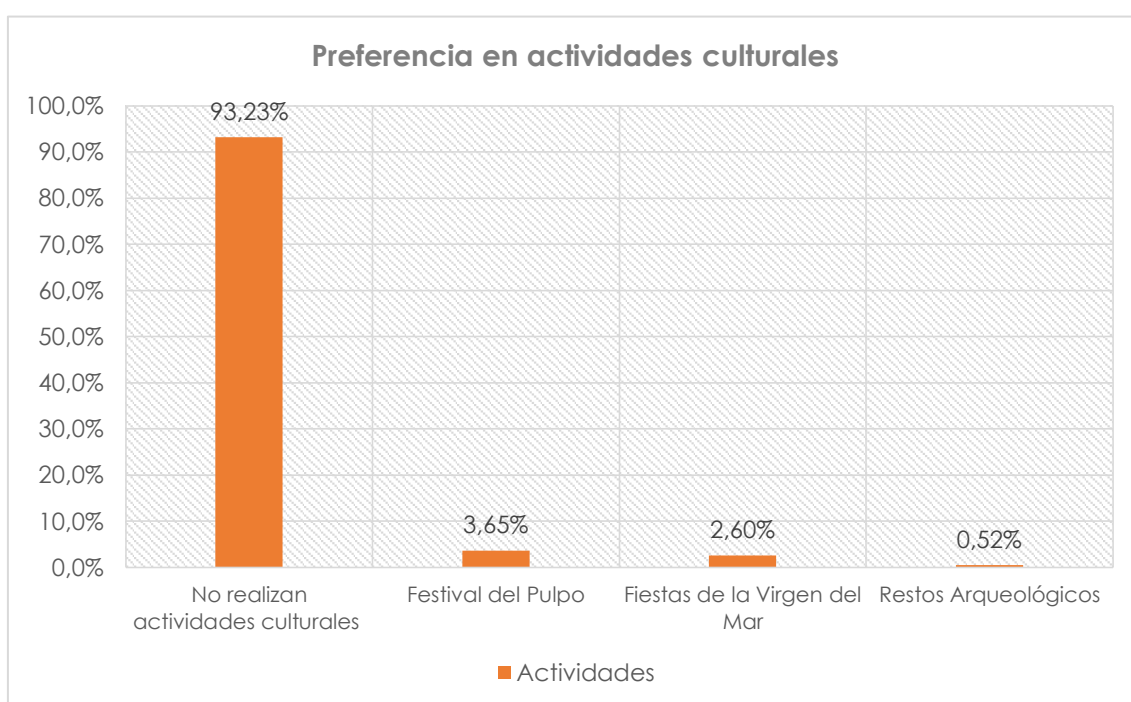


Figura 15. Preferencia en actividades culturales.

Festival del Pulpo es la actividad cultural más popular, atrayendo a más de la mitad de los turistas interesados en actividades culturales. El interés en actividades culturales dentro de la comunidad de Ligüiqui es bajo, esto puede deberse a desconocimiento de las actividades culturales, falta de promoción o accesibilidad, preferencias turísticas distintas.

Pero existen oportunidades de crecimiento, especialmente en festividades como el Festival del Pulpo y las Fiestas de la Virgen del Mar. Mediante estrategias de

promoción, mejora de la experiencia turística y diversificación de la oferta cultural, se podría aumentar la participación y enriquecer la experiencia de los visitantes.

4.1.3.8. Preferencia en actividades naturales.

Los resultados de la encuesta realizada de la preferencia en actividades naturales se presentan a continuación los datos recopilados en la tabla 64 y figura 16.

Tabla 64. Frecuencia actividades naturales.

Actividades	Frecuencia
No realizan actividades naturales	265
Caminata	12
Fotografía	10
Observación de flora y fauna	26
Paisajismo	62
Sol y Playa	9
Total	384

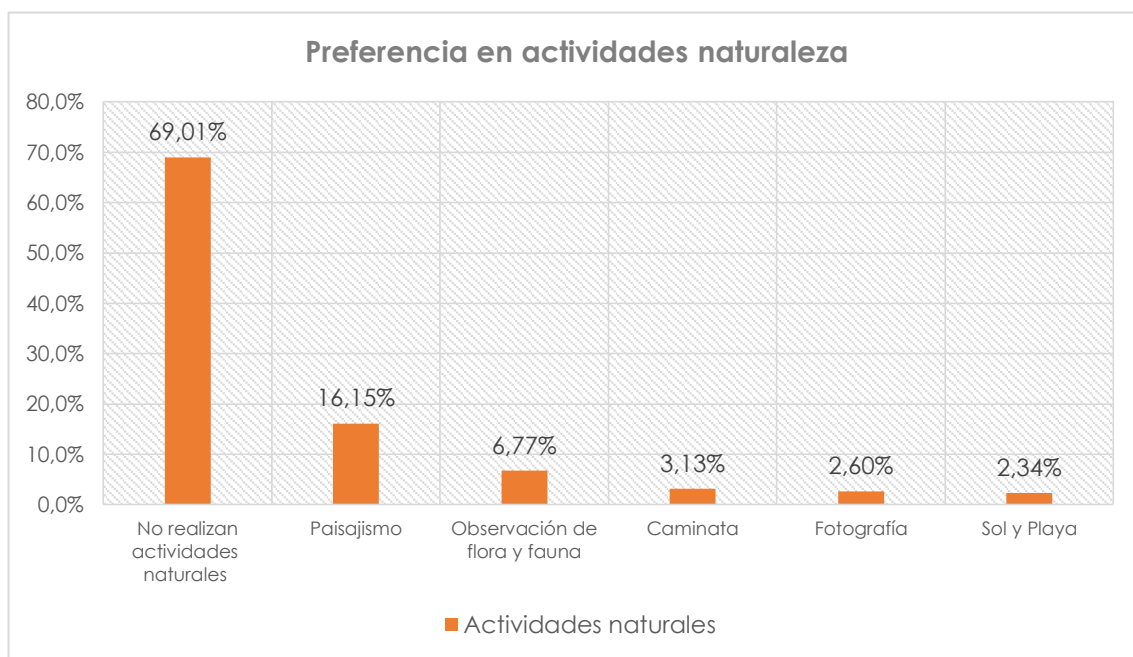


Figura 16. Preferencia en actividades naturaleza.

Aunque una mayoría de visitantes no realiza actividades naturales, el paisajismo y la observación de flora y fauna destacan como las opciones más atractivas. Esto resalta el potencial de Ligüiqui como destino ecoturístico. Con estrategias de promoción, desarrollo de infraestructura y diversificación de actividades, se podría aumentar significativamente la participación en estas experiencias y consolidar a Ligüiqui como un destino atractivo para el turismo natural.

4.1.3.9. Preferencia en actividades deportivas.

Los resultados de la encuesta realizada de la preferencia en actividades deportivas se presentan a continuación los datos recopilados en la tabla 65 y figura 17.

Tabla 65. Frecuencia de actividades deportivas.

Actividades	Frecuencia
No realizan actividades de deportes	246
Buceo	3
Ciclismo	3
Fútbol	1
Natación	60
Pesca deportiva	2
running	2
Senderismo	7
Snorkeling	10
Surf	50
Total	384

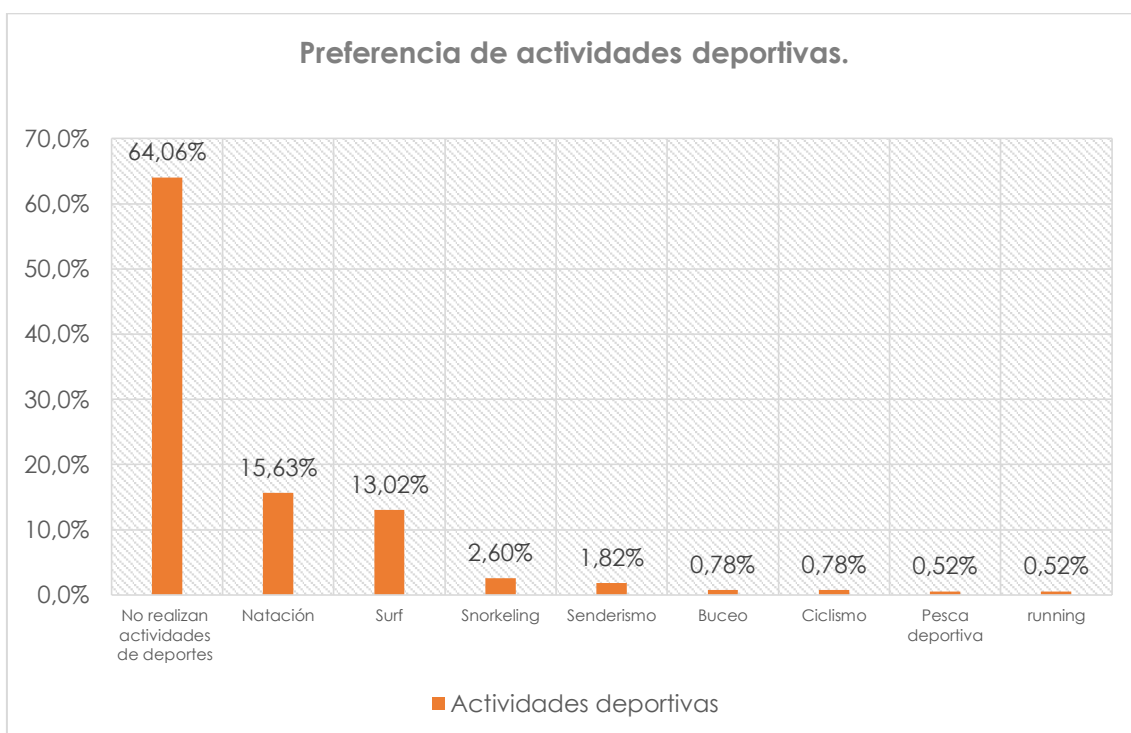


Figura 17. Preferencia de actividades deportivas.

Natación y surf son las actividades deportivas más populares de la comunidad, Ligüiqui, al ser una comunidad costera, ofrece condiciones ideales para estas actividades como playas adecuadas, olas para surfear, etc. Para aumentar la oferta turística en actividades deportivas se puede ofrecer lecciones de surf o snorkel para principiantes o implementar áreas designadas para deportes, como senderos para correr o ciclismo y facilitar el acceso a equipos de buceo, snorkeling y pesca deportiva mediante alquileres locales. Actividades deportivas muestra un gran

potencial sin explotar sugiere una oportunidad para desarrollar nuevas experiencias que motivan su interés.

4.1.3.10. Calificación de los visitantes de la comunidad como destino turístico.

En el presente análisis, se evaluó la experiencia de los visitantes en la comunidad de Ligüiqui mediante una escala de Likert, que permite calificar su nivel de satisfacción en un rango del 1 al 7, donde 1 representa "nada satisfactorio" y 7 corresponden a "totalmente satisfecho". Esta metodología nos permitirá comprender de manera más detallada las percepciones y valoraciones de los turistas respecto al destino turístico, servicios, infraestructura, destino e imagen. La cual esta detallada en la tabla 66 y figura 18.

Tabla 66. Resultados de la calificación en escala de Likert.

Nada satisfactorio	Poco satisfactorio	Ligeramente satisfactorio	Neutral	Satisfactorio	Muy satisfactorio	Totalmente satisfactorio
0	0	2	5	80	109	188

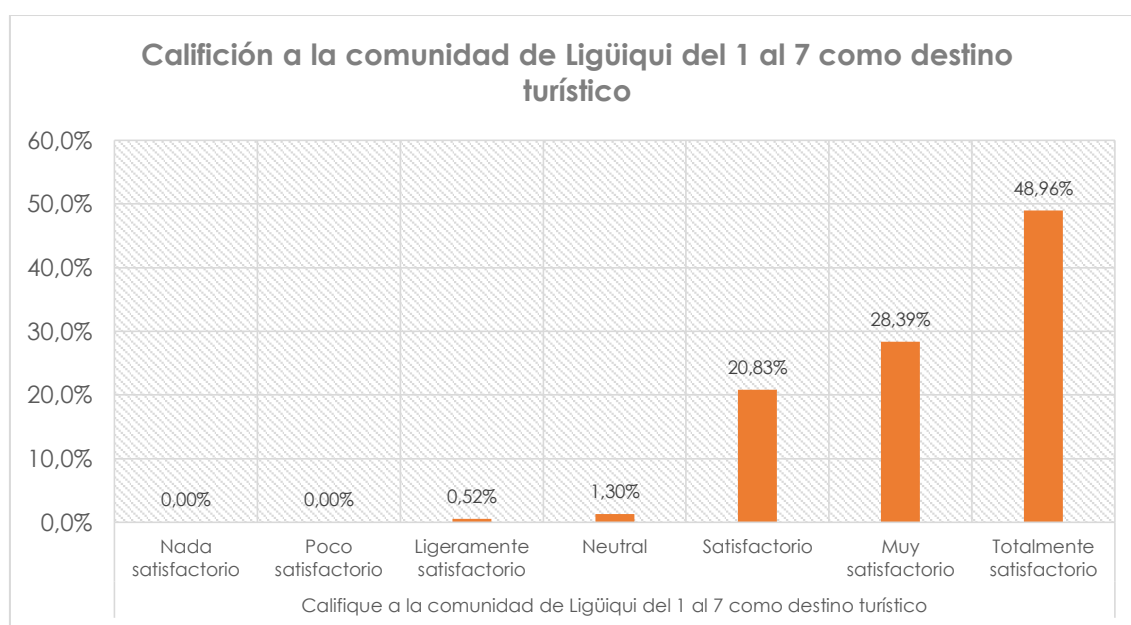


Figura 18. Calificación por los visitantes como destino turístico.

El análisis de la calificación turística de la comunidad de Ligüiqui muestra una percepción mayormente positiva, con un 28.39% de los encuestados calificándola como "Muy satisfactoria" y un 46.96% como "Totalmente satisfactoria". No se registraron opiniones negativas, y solo un pequeño porcentaje (0.52%) la consideró "Ligeramente satisfactoria" o "Neutral" (3.09%). Aunque la mayoría de los visitantes están satisfechos, un 20.63% la calificó solo como "Satisfactoria", lo que indica

oportunidades de mejora en infraestructura, servicios o experiencias. En general, Ligüiqui es bien valorada como destino turístico, con potencial para seguir optimizando la experiencia de sus visitantes.

4.1.3.11. Calificación de los visitantes de la comunidad a los servicios de la comunidad.

Los visitantes en la comunidad de Ligüiqui calificaron los servicios de la comunidad mediante una escala de Likert, que permite calificar su nivel de satisfacción en un rango del 1 al 7, donde 1 representa "nada satisfactorio" y 7 corresponden a "totalmente satisfecho". Detallado a continuación en la tabla 67 y figura 19.

Tabla 67. Frecuencias de la calificación de los visitantes a los servicios turísticos.

Servicios turísticos	Nada satisfactorio	Poco satisfactorio	Ligeramente satisfactorio	Neutral	Satisfactorio	Muy satisfactorio	Totalmente satisfactorio
Servicio de alojamiento	1	0	6	7	32	38	57
Servicio de alimentación	0	1	2	10	28	86	175
Servicio de transporte	0	4	15	27	25	25	11
Servicio de guianza	4	7	10	19	20	13	8
Servicio de tiendas de barrio	14	33	53	45	25	18	11
Servicios-venta de artesanías	9	15	22	31	29	15	3

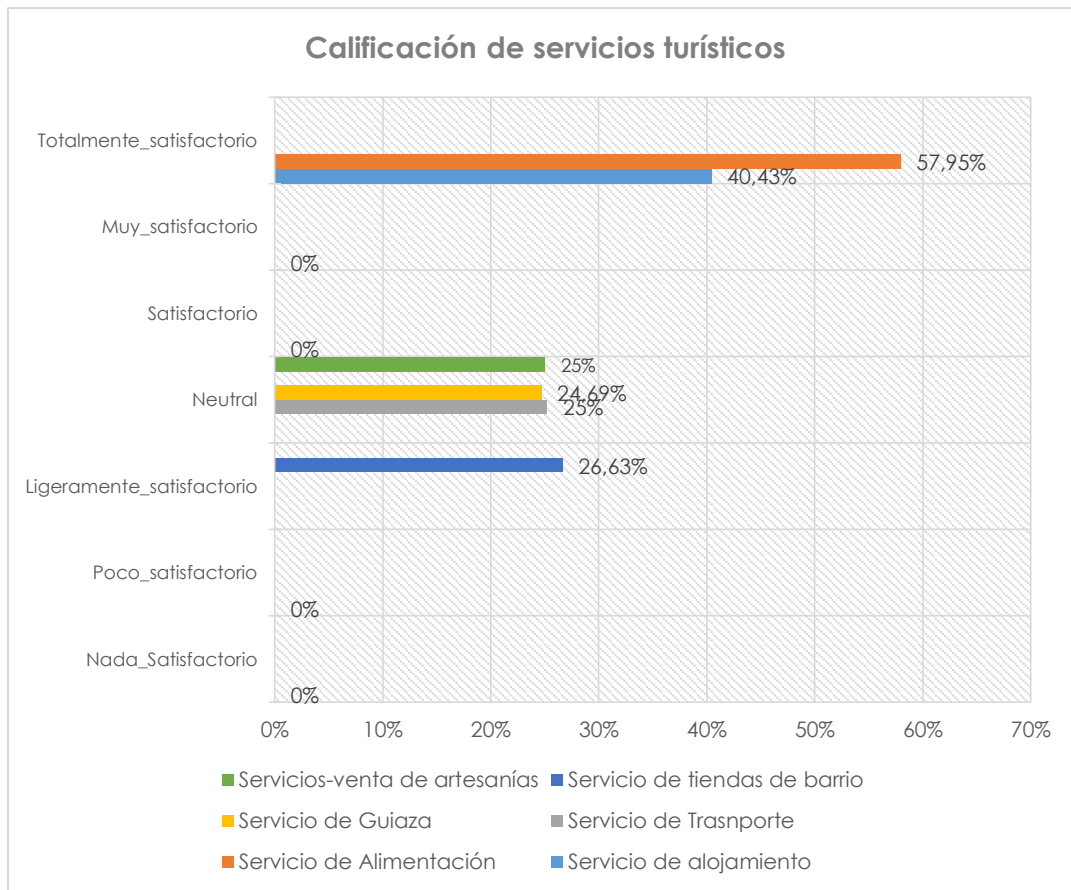


Figura 19. Resultados de calificación de los servicios turístico.

El servicio de alimentación es el mejor evaluado con el 57,95% de los visitantes calificándolo como "Totalmente satisfactorio". La alimentación es una fortaleza clave en la comunidad, con un alto nivel de aceptación. Además del alojamiento son los más destacados y que representan una fortaleza competitiva para la comunidad Ligüiqui. Sin embargo, los servicios de transporte, guianza turística, tiendas de barrio y venta de artesanías necesitan atención urgente para elevar su calidad y generar una experiencia más satisfactoria para los visitantes.

4.1.3.12. Calificación de los visitantes de la comunidad a la infraestructura turística de la comunidad.

Los visitantes en la comunidad de Ligüiqui calificaron la infraestructura de la comunidad mediante una escala de Likert, que permite calificar su nivel de satisfacción en un rango del 1 al 7, donde 1 representa "nada satisfactorio" y 7 corresponden a "totalmente satisfecho". Detallado a continuación en la tabla 68 y figura 20.

Tabla 68. Calificación de los visitantes a la infraestructura en escala de Likert.

Infraestructura	Nada satisfactorio	Poco satisfactorio	Ligeramente satisfactorio	Neutral	Satisfactorio	Muy satisfactorio	Totalmente satisfactorio
Infraestructura-alojamiento	1	1	0	9	31	38	45
Infraestructura-alimentación	0	1	2	13	37	76	171
Infraestructura-transporte	0	6	15	18	23	24	10
Infraestructura-servicios básicos	7	16	51	60	63	37	6
Infraestructura-transporte publico	12	15	26	25	15	14	3
Infraestructura-señalética	14	22	57	54	50	53	36

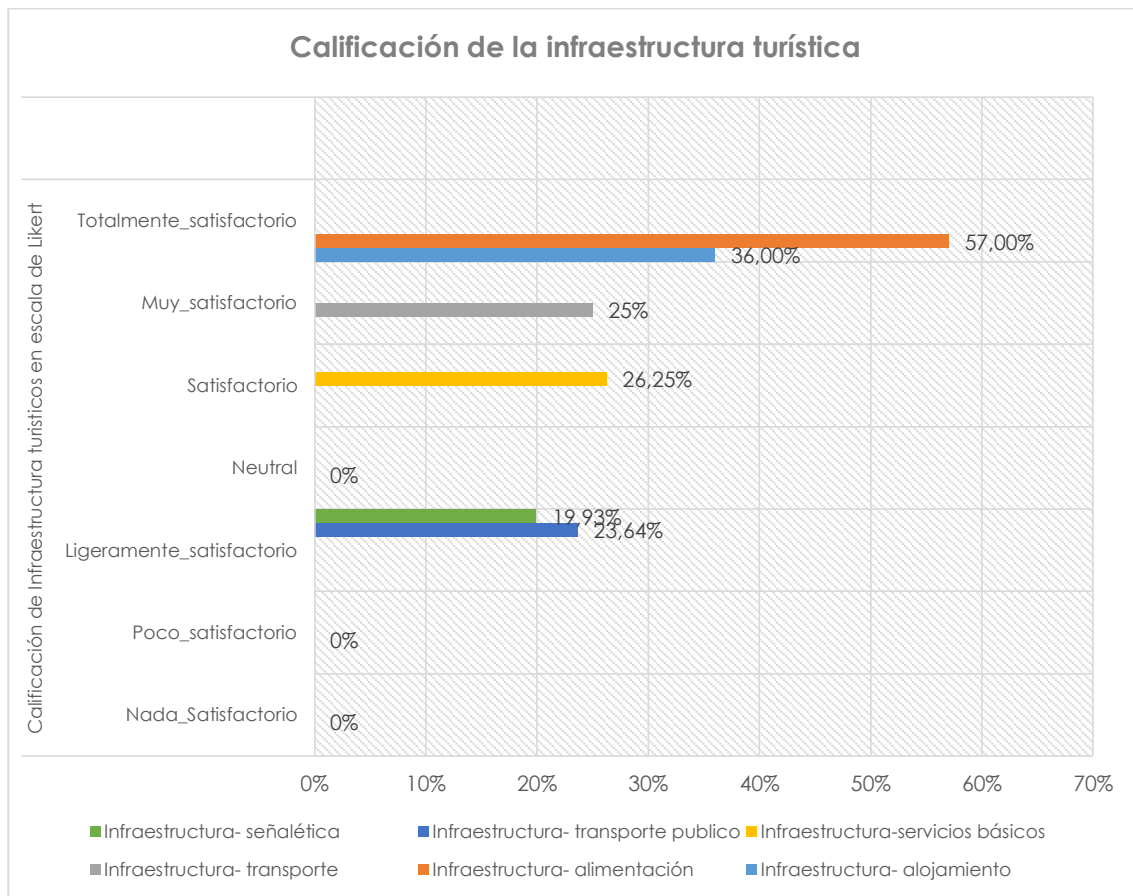


Figura 20. Resultados calificación de la infraestructura turística.

La calificación dada por los visitantes a la infraestructura turística en la comunidad de Ligüiqui muestra que las infraestructuras de alimentación y alojamiento son los puntos más destacados, reflejando un alto nivel de satisfacción entre los visitantes. Sin embargo, las infraestructuras de transporte público y señalética presentan importantes debilidades, con calificaciones predominantemente negativas o neutrales, lo que indica la necesidad de mejoras urgentes. Por otro lado, la

infraestructura de servicios básicos mantiene una percepción regular, pero con espacio para optimización.

4.1.3.13. Calificación de los visitantes de la comunidad como destino a la comunidad.

Los visitantes en la comunidad de Ligüiqui calificaron la comunidad como destino mediante una escala de Likert, que permite calificar su nivel de satisfacción en un rango del 1 al 7, donde 1 representa "nada satisfactorio" y 7 corresponden a "totalmente satisfecho". Detallado a continuación en la tabla 69 y figura 21.

Tabla 69. Calificación de Destino.

	Nada satisfactorio	Poco satisfactorio	Ligeramente satisfactorio	Neutral	Satisfactorio	Muy satisfactorio	Totalmente satisfactorio
Autenticidad	2	2	3	22	41	91	223
Clima del destino		1	3	8	45	101	226
Espacios abiertos	2	2	3	13	57	105	202
Actividades a desarrollar	5	15	34	72	117	66	75
Limpieza del destino	1	4	8	25	83	115	148
Recursos naturales	1	3	6	17	53	87	217
Recursos culturales	23	22	48	114	79	52	46
Hospitalidad de los residentes	1	6	9	22	65	106	175

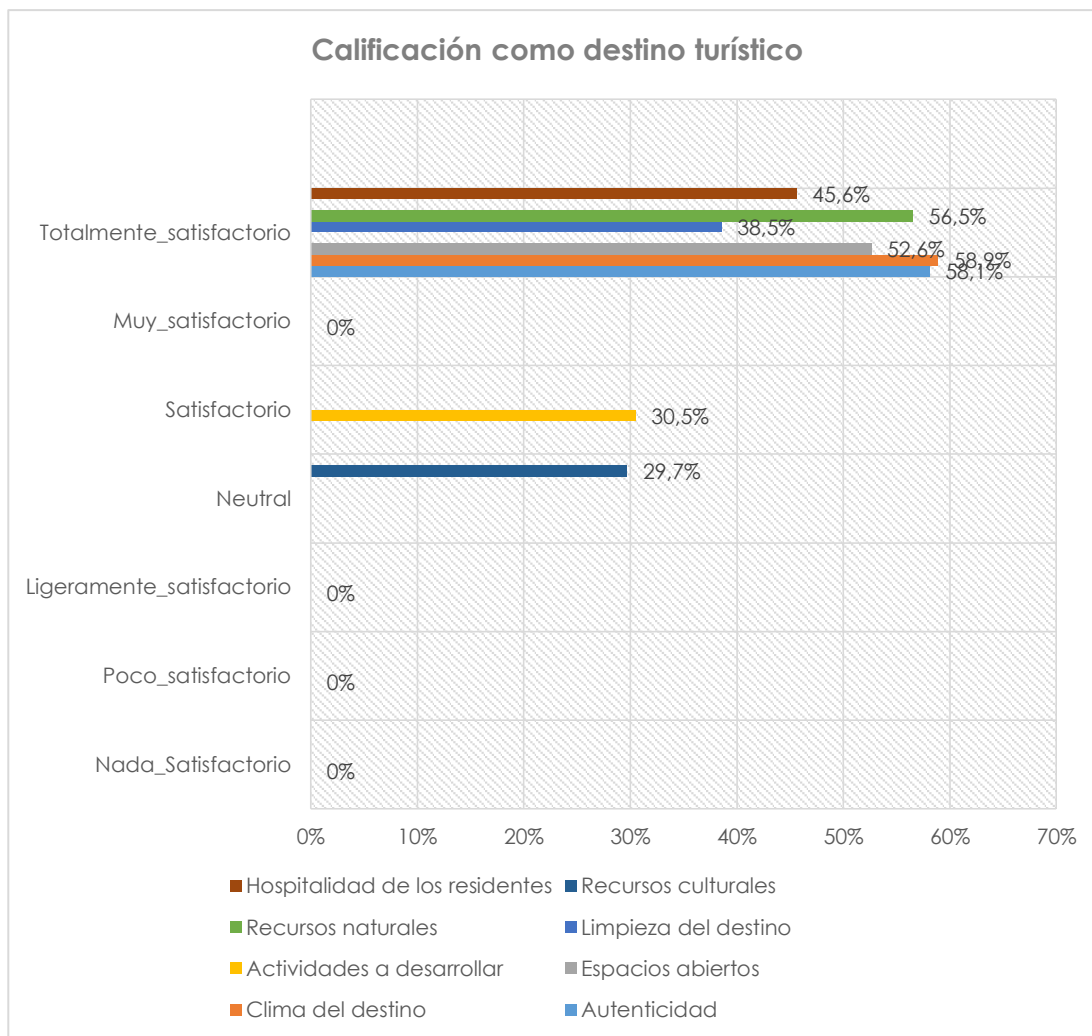


Figura 21. Resultados calificación como destino turístico.

Los aspectos con mayor calificación de la comunidad como destino son la autenticidad, el clima, los recursos naturales y la hospitalidad de los residentes, con una mayoría de visitantes altamente satisfechos. En general, la comunidad para los visitantes la califican como un destino atractivo, con alta satisfacción en la mayoría de sus aspectos, pero con algunos puntos que podrían mejorarse o desarrollarse más para una experiencia aún más completa para los visitantes.

4.1.3.14. Calificación de los visitantes de la comunidad a la imagen turística de la comunidad.

Los visitantes en la comunidad de Ligüiqui calificaron la imagen de la comunidad mediante una escala de Likert, que permite calificar su nivel de satisfacción en un rango del 1 al 7, donde 1 representa "nada satisfactorio" y 7 corresponden a "totalmente satisfecho". Detallado a continuación en la tabla 70 y figura 22.

Tabla 70. Calificación de Imagen.

	Nada satisfactorio	Poco satisfactorio	Ligeramente satisfactorio	Neutral	Satisfactorio	Muy satisfactorio	Totalmente satisfactorio
Información del destino en el marketing tradicional	128	55	54	59	45	35	8
Información del destino en redes sociales	55	53	69	66	72	44	25
Este lugar es agradable	0	1	0	7	43	88	245
Este lugar es entretenido	0	2	11	17	55	93	206
Este lugar cumplió con la expectativa que tenía	1	2	3	22	42	92	222

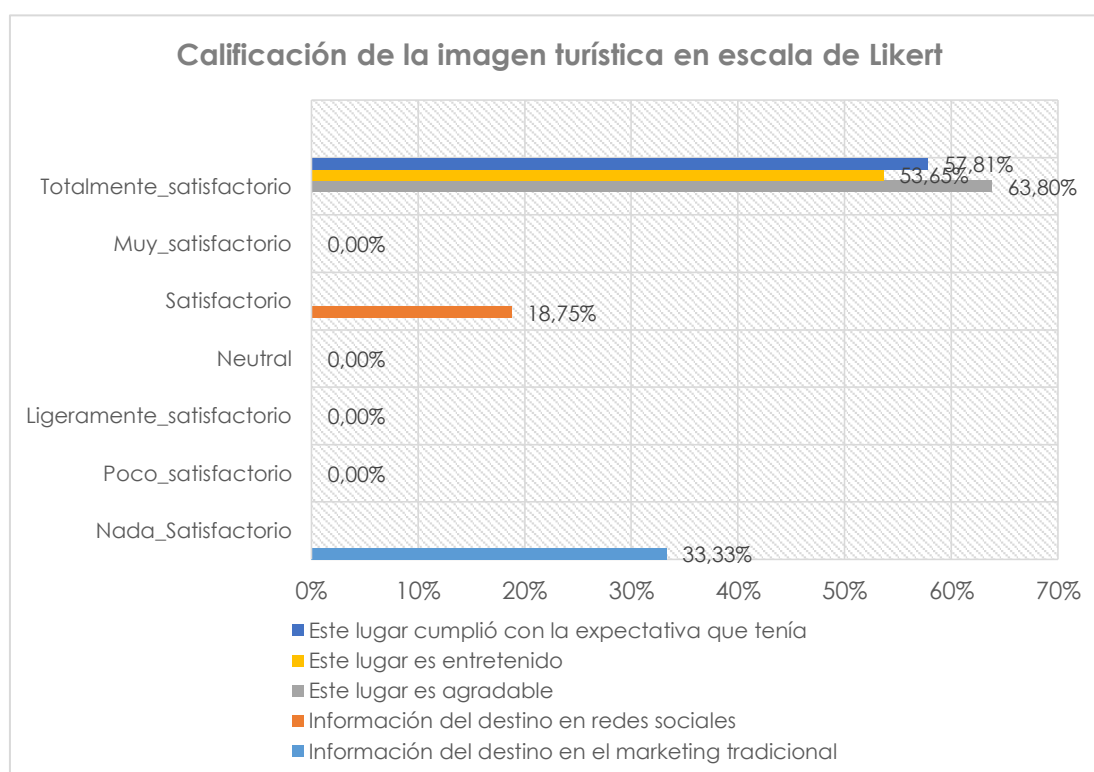


Figura 22. Resultados de calificación de la imagen turística.

La percepción general del destino turístico es positiva, con una alta concentración de respuestas en las categorías de "Totalmente satisfactorio", especialmente en la experiencia y el cumplimiento de expectativas. La información en redes sociales influye significativamente, aunque hay margen de mejora en su impacto. La baja proporción de respuestas negativas indica que la mayoría de los visitantes quedaron

satisfechos, aunque algunos aspectos específicos, como la información en marketing tradicional, podrían optimizarse para mejorar aún más la experiencia turística.

4.2. DISCUSIÓN

El propósito de esta investigación fue analizar el potencial turístico de la comunidad de Ligüiqui del cantón Manta, provincia de Manabí. La investigación se basó en un enfoque mixto ya que se usaron técnicas de estudio con herramientas de observación participativa, entrevistas, encuestas y principalmente la ficha de evaluación de los 12 componentes del sistema turísticos y la valoración de cada uno a través de la matriz de indicadores que se aplicaron en la comunidad para la recolección y análisis de datos de cada variable.

La investigación de Juiña Jessica (2017) coincide en que el uso del sistema turístico a través del análisis de los doce componentes propuestos por Cabanilla es una metodología efectiva para determinar el potencial turístico de una región. En su estudio, Juiña evaluó el potencial turístico de la parroquia de Nayón, en Quito, determinando que esta localidad tiene un 86.95% de potencial, atribuido principalmente a seguridad, salud y servicios básicos. Basándose en esta metodología, en la presente investigación se aplicó la evaluación del potencial turístico en la comunidad de Ligüiqui, cantón Manta, provincia de Manabí, encontrando que el potencial turístico es de 56%, lo que lo sitúa en un nivel medio, siendo el componente de servicios turísticos el más alto con un 89%. A pesar de que ambas investigaciones emplean la misma herramienta de análisis, una diferencia clave radica en la interpretación de la escala de Likert. Mientras que en la metodología de Juiña (2017) no se explica la razón de los rangos utilizados, en la presente investigación se detallaron los criterios específicos que justifican cada rango, permitiendo una clasificación más precisa del potencial turístico. Esta diferencia metodológica fortalece el análisis realizado en Ligüiqui, ya que proporciona una base argumentativa clara para la interpretación de los resultados y la toma de decisiones en el desarrollo turístico de la comunidad.

En la investigación de Garrido, C. et al (2022) titulada: Enfoques de turismo y conservación III sección 04 "Evaluación del potencial turístico en el cantón Pedro Vicente Maldonado, Pichincha, Ecuador". se evaluó el potencial turístico de dicho cantón mediante la aplicación de la Matriz de Evaluación del Potencial Turístico y la escala de Likert, utilizando de observación directa, encuestas y entrevistas. De

manera similar, en la presente investigación sobre la comunidad de Ligüiqui se aplicó un enfoque metodológico basado en la evaluación de los doce componentes del sistema turístico, incluyendo atractivos naturales, infraestructura, accesibilidad, promoción y comercialización, con el objetivo de analizar su influencia en la demanda turística. Sin embargo, este estudio incorporó elementos diferenciadores que no fueron considerados en la investigación de Garrido et al., tales como un análisis detallado de la demanda turística, la percepción de los visitantes sobre la imagen del destino y el impacto del marketing digital en la promoción del turismo en Ligüiqui. Otra diferencia clave radica en la aplicación de la escala de Likert, ya que en la investigación de Garrido et al. (2022) no se detalla la razón de los porcentajes de evaluación, mientras que en este estudio sí se establecen rangos específicos que permiten interpretar con mayor precisión los niveles de potencialidad turística de la comunidad. En términos de resultados, ambas investigaciones identifican la importancia del potencial turístico, pero este estudio resalta la necesidad de estrategias de promoción más efectivas para mejorar la visibilidad del destino y fortalecer su competitividad en el mercado.

La investigación de Conde, Schmidt y Magaña (2015) titulada "Procedimiento para evaluar el potencial de municipios turísticos" propone una metodología basada en la evaluación de recursos, oferta, servicios e infraestructura turística, con el objetivo de identificar oportunidades y amenazas en el desarrollo del turismo. En comparación, la presente investigación sobre el potencial turístico de la comunidad de Ligüiqui aplica un enfoque similar, pero introduce un análisis más detallado sobre la promoción turística y la percepción del visitante, aspectos que no fueron considerados en la metodología de Conde et al. (2015). Mientras que su estudio emplea herramientas como análisis documental, observación y encuestas, en este trabajo se complementa el análisis con fichas de observación estructuradas, entrevistas a actores clave y la Matriz de Evaluación del Potencial Turístico, lo que permite una valoración más precisa de cada componente turístico. En términos de resultados, ambos estudios coinciden en la importancia de infraestructura y servicios turísticos como factores determinantes del desarrollo turístico; Sin embargo, en Ligüiqui se identificó un potencial moderado (60,76%), lo que indica la necesidad de fortalecer la infraestructura, accesibilidad y estrategias de promoción para mejorar la competitividad del destino. En conclusión, aunque la metodología de Conde et al. (2015) establece una base sólida para evaluar el potencial turístico, la presente

investigación amplía este enfoque con un análisis más integral, incorporando elementos claves para la planificación y sostenibilidad del turismo en Ligüiqui.

La investigación de Pérez (2017) sobre la demanda turística en el cantón Naranjal utilizó un enfoque mixto, combinando encuestas a turistas y entrevistas a funcionarios del sector turístico, lo que permitió caracterizar el perfil demográfico y patrones de visitantes en la zona. De manera similar, en la presente investigación sobre la comunidad de Ligüiqui, se aplican encuestas dirigidas a los turistas para analizar su perfil sociodemográfico, motivaciones de viaje, nivel de satisfacción y percepción del destino. Sin embargo, una diferencia clave entre ambas investigaciones es que en este estudio se incorporó un análisis detallado sobre la influencia del marketing digital y las redes sociales en la toma de decisiones de los turistas, aspecto que no fue abordado en la investigación de Pérez. Además, mientras que en el estudio de Naranjal se enfocaron en la demanda para el diseño de un plan promocional, en este análisis se evaluó la demanda no solo desde la promoción, sino también en relación con la calidad de los servicios, la accesibilidad y la oferta turística local. En términos de resultados, ambas investigaciones coinciden en que un conocimiento profundo del perfil del turista es esencial para desarrollar estrategias de promoción y fortalecimiento del destino, aunque en esta investigación se plantea una visión más integral al relacionar la demanda con otros factores del sistema turístico. En conclusión, aunque ambos estudios similares utilizan metodologías para evaluar la demanda turística, esta investigación amplía el enfoque al considerar variables adicionales como la percepción del destino y la influencia del entorno digital, lo que permite una planificación más efectiva y acorde con las tendencias actuales del turismo.

Por otra parte, respecto a lo que menciona el libro titulado "Datos turísticos del mundo, del Ecuador y del Carchi" de Guerrero Palma, Bolaños Tobar y Iturralde Vallejos (2023) juega un papel fundamental en el análisis de la demanda turística en esta investigación. Su enfoque se centra en la recopilación y análisis de datos estadísticos sobre el comportamiento de los consumidores en el sector turístico.

De este estudio se concuerda con los autores en la metodología usada para la recolección de datos en la que proporciona una estructuración efectiva de los resultados, permitiendo un entendimiento detallado del perfil demográfico y

comportamental de los visitantes. Se sigue la misma línea y estructura de su investigación para identificar la demanda turística de la comunidad de Ligüiqui.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Los factores para determinar el potencial turístico en base la metodología del Dr. Cabanilla, se derivan del sistema turístico; estos vienen a ser los siguientes componentes: Natural, hechos culturales, gastronómico, fiesta y eventos, actividades recreacionales, vías de acceso, seguridad/salud/servicios básicos, servicios turísticos, consumidor, promoción/comercialización, políticas administrativas e instituciones administrativas. Estos factores están directamente relacionados con la demanda turística, ya que los turistas buscan destinos que ofrezcan una combinación atractiva de recursos naturales, culturales, gastronómicos y recreativos, además de seguridad y servicios adecuados.

La calidad de las vías de acceso, la disponibilidad de servicios turísticos y la promoción efectiva influyen significativamente en la decisión de los turistas de visitar un destino.

En los factores se encuentra el componente del consumidor (turista) quien juega un papel esencial, ya que su interés y satisfacción dependen de cómo estos factores se gestionen e integren en una oferta turística coherente que satisfaga sus necesidades. La combinación de estos elementos determina la competitividad y el posicionamiento de un destino, conectando de manera directa el potencial turístico con la atracción de la demanda.

- Entre los recursos naturales destacan su playa (69%) y su mirador (40%), ambos con gran atractivo paisajístico. En cuanto a los recursos culturales, sobresalen los corales marinos y la arqueología subacuática (49%), que representan una oportunidad para el turismo de exploración e investigación. En el ámbito de los servicios turísticos, el de mayor relevancia es la restauración (51,85%), lo que refuerza la oferta gastronómica y mejora la experiencia de los visitantes.

Los recursos naturales y culturales de Ligüiqui pueden desempeñar un papel clave en su desarrollo turístico, generando un impacto positivo tanto en la economía local como en la conservación del entorno. Aprovechando su rica biodiversidad, como las playas, miradores y su fauna; se pueden desarrollar actividades de ecoturismo que atraigan a diferentes tipos de turistas, como aquellos interesados en el avistamiento de ballenas y aves, el senderismo, el surf, buceo o el snorkel. Estas experiencias en contacto directo con la naturaleza no solo son atractivas para los aventureros y eco turistas, sino también para las familias y viajeros que buscan escapar del ajetreo urbano y disfrutar de paisajes únicos.

En cuanto a los recursos culturales, Ligüiqui cuenta con un valioso recurso cultural histórico que puede ser aprovechado para atraer al turismo cultural. La historia de los distintos asentamientos de civilizaciones antiguas, así como los restos arqueológicos presentes en la comunidad, pueden convertirse en atractivos turísticos, como visitas guiadas a yacimientos o actividades que permitan conocer las tradiciones y costumbres locales. Además, un recurso excepcional de la región es la arqueología subacuática, como los corales marinos, que son únicos en el mundo por su extensión y el excelente estado de conservación en el que se encuentran. Este tipo de recurso cultural tiene un gran potencial para atraer a turistas interesados en la historia, la arqueología y la conservación del patrimonio cultural.

- El perfil del turista que visita la comunidad de Ligüiqui se caracteriza principalmente por adultos jóvenes, entre 30 y 39 años, con una ligera mayoría de hombres. La mayoría tiene un nivel educativo medio, con formación secundaria, y trabaja en el sector privado, lo que sugiere un perfil socioeconómico medio. Muchos turistas son casados y viajan en familia, buscando descanso y ocio en un entorno natural. El principal motivo de visita es el descanso y las vacaciones.

La mayoría de turistas no pernocta en Ligüiqui, lo que indica que es un destino principalmente de excursión de un solo día. Sin embargo, aquellos que se quedan suelen hacerlo entre 2 y 3 días, optando por hospedarse en casas de familiares o en hostales, lo que refleja una infraestructura de alojamiento aún limitada.

Los turistas organizan su viaje de forma independiente, sin depender de agencias de viajes, utilizando recursos en línea o recomendaciones personales. La mayoría viaja en su propio vehículo, lo que resalta la autonomía en la planificación de su visita.

La mayoría de los turistas provienen de áreas cercanas como Manta, y la comunidad recibe una alta demanda de turistas nacionales.

En cuanto a las actividades, el Festival del Pulpo es la más popular, y las actividades deportivas preferidas son la natación y el surf.

- El servicio de alimentación es altamente valorado por los visitantes.

Los factores que influyen en la elección de Liguíqui como destino incluyen su atractivo natural, la oferta gastronómica, la relajación y descanso, las redes sociales y recomendaciones de amigos, familiares, relación calidad-precio del destino, consideran que el lugar les parece agradable y cumplen de expectativas en viajes anteriores.

5.2. RECOMENDACIONES

- Desarrollar un modelo de gestión turística integral en la comunidad de Liguíqui que combine todos los factores que intervienen estratégicamente, asegurando una oferta equilibrada entre naturaleza, cultura, gastronomía y recreación, apoyada en infraestructura adecuada y estrategias de promoción efectivas.
- Diseñar rutas ecoturísticas y culturales que integren la playa, el mirador y la arqueología subacuática, complementadas con experiencias gastronómicas como recorridos culinarios y eventos de cocina en vivo, potenciando así la identidad del destino.
- Implementar programas de turismo sostenible y de aventura, fomentando la diversificación de actividades y capacitando a los locales en experiencias turísticas basadas en la conservación ambiental y la valorización del patrimonio histórico, así como en actividades de recreación turísticas en dinamizando la economía local.
- Diseñar estrategias de segmentación de mercado, enfocadas en desarrollar productos turísticos personalizados que atraigan a este perfil de viajero, promoviendo experiencias de relajación, aventura y turismo gastronómico a través de plataformas digitales y redes socia

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, J. (2014). *El Método de la Investigación*. International Journal of Good Conscience. Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Agudelo, G., Aigner, M., & Ruiz, J. (2010). *DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN EXPERIMENTAL Y NO-EXPERIMENTAL*. La Sociología En Sus Escenarios. Obtenido de <https://revistas.udea.edu.co/index.php/ceo/article/view/6545>
- Amaiquema, L. (2015). *Recursos Turísticos*. Machala, Ecuador: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53776828/114_RECURSOS_TURISTICOS.pdf?1499327257=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DRECURSOS_TURISTICOS.pdf&Expires=1670805946&Signature=MVS3qOO99JDnTSd~kJvM41yjaBk6DN-vkt7MI9w110G113i5f7GLBHksJc5LmzGx7
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico* (4 ed.). Mexico: Trillas. Obtenido de <https://prepacihuahatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturistico/robertoc.boullon.pdf>
- Cabanilla, E. (2013). *MANUAL INTEGRAL DE TRABAJO DE CAMPO, CON UN ENFOQUE PARTICIPATIVO, EN LO SOCIAL, ESPACIAL Y ECONÓMICO, PARA LA DETERMINACION POTENCIAL DE LA RELACION COMUNIDAD / TURISMO*.
- Carvajal Zambrano, G., & Lemoine Quintero, F. (2018). *Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente* (Vol. no.34). Toluca: El periplo sustentable. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362018000100164#:~:text=inter%C3%A9s%20del%20visitante,-,El%20concepto%20de%20atractivo%20tur%C3%ADstico%20se%20define%20como%20el%20conjunto,desplazamientos%20desde%20su%20lugar%20de
- Conde Pérez, E., Schmidt Cornejo, N., & Magaña, I. (2015). *EVALUACIÓN DEL POTENCIAL EN MUNICIPIOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS*. México: Universidad de Colima. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/index.htm>
- Conde, E., Schmidt, N., & Magaña, I. (2015). *“Procedimiento para evaluar potencial de municipios turísticos*. Colima: Servicios Académicos Internacionales para eumed.net. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/index.htm>
- Covarrubias Ramírez, R. (2015). *EVALUACIÓN DEL POTENCIAL EN MUNICIPIOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS*. Mexico: Servicios

Académicos Internacionales para eumed.net. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/index.htm>

Díaz, L. M. (2018). *EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI*. QUITO, ECUADOR: UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR FACULTAD DE CIENCIAS AGRÍCOLAS CARRERA DE TURISMO ECOLÓGICO. Obtenido de <https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/55fbeb03-8b21-452c-9532-bd9730d24e35/content>

Flores Rodríguez, O. L., Morales Ramíre, D., & Moreno Velazco, F. (2019). "Evaluación del potencial turístico de una ciudad ubicada en la Cuenca de Burgos, Tamaulipas". (n. 27, Ed.) *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/turydes/27/turismo-tamaulipas.html>

Garrido Cornejo, C., Salazar Duque, D., Camacho-Cruz, A., Galindo-Jaimes, L., Ubilia Argüello Pérez, Y., Cabanilla, E., & Narvaez, J. (2022). *Enfoques de Turismo y Conservación III* (1 ed.). Quito: Universidad Internacional del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/5857>

González Alatorre, E. A., & Conde Pérez, E. M. (2011). *PROCEDIMIENTO PARA MEDIR LA DEMANDA TURÍSTICA EN UN DESTINO* (Vol. 4). TURyDES. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/turydes/11/gacp.html>

Google. (s.f.). Google Maps. Obtenido de Liguiqui: https://www.google.com/maps/place/Liguiqui/@-1.0300658,-80.8884225,1529m/data=!3m2!1e3!4b1!4m6!3m5!1s0x902959ec14bd1d35:0x467f845bd5ebfedc!8m2!3d-1.0292877!4d-80.8827451!16s%2Fm%2F02q8vna?entry=ttu&g_ep=EgoyMDI0MTIwOS4wIwKXMDSoASAFQAw%3D%3D

Graterol, R. (2011). *Metodología de la Investigación*. Merida: Universidad de Los Andes.

Guerrero Palma, P. C., Bolaños Tobar, D. A., & Iturralde Vallejos, J. A. (2023). *Datos turísticos del mundo, del Ecuador y del Carchi: Un aporte del Observatorio de Turismo del Carchi*. Tulcán: Unidad de Producción y Difusión Científica y Académica. Obtenido de <https://doi.org/10.32645/9789942625113>

Guevara Alban, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., & Castro Molina, N. E. (2020). *Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)*. Saberes del Conocimiento. Obtenido de <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>

Juiña Lamiña, J. (2017). *Evaluación del potencial turístico de la parroquia de Nayón, Cantón Quito, provincia de Pichincha*. Quito, Pichincha: Quito: UCE. Obtenido de <https://www.dspace.uce.edu.ec/entities/publication/9a4cc997-8f47-47ec-be31-293e89ffd43c>

Masias, M. (2016). *POTENCIAL TURISTICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL EN LA COMUNIDAD DE SANTA RITA ALTA*. PERU: UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS. Obtenido de

<https://1library.co/document/zggedgnz-potencial-turistico-desarrollo-turismo-rural-comunidad-santa-rita.html>

Mikery Gutiérrez, M., & Pérez-Vázquez, A. (2014). *Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural*. Mexico: Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas.

MINCETUR. (2016). *MANUAL PARA LA ELABORACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS*. Lima, Peru: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual_para_la_Elaboracion_y_actualizacion_del_inventario_de_recursos_turisticos.pdf

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2018). *Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos*. Quito: Ministerio de Turismo. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>

Morales, O. A. (2003). *Fundamentos de la Investigación Documental y la Monografía*. Merida, Venezuela: Grupo de Estudios Odontológicos, Discursivos y Educativos Facultad de Odontología, Universidad de Los Andes. doi:http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/16490/fundamentos_investigacion.pdf;jsessionid=F32794905E039080EB7E060D48370F26?sequence=1

Narváez, E. J. (2018). *EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO EN EL CANTÓN PEDRO VICENTE MALDONADO*. Quito, Pichincha, Ecuador : UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR FACULTAD DE CIENCIAS AGRÍCOLAS CARRERA DE TURISMO ECOLÓGICO. doi:<https://www.dspace.uce.edu.ec/entities/publication/91bf02ec-12bb-4102-9a5c-7052d17a07a5>

Navarro, D. (2015). *Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración* (Vol. 35). Murcia, Argentina: Universidad del Aconcagua. doi:10.6018/turismo.35.221641

Pereira Pérez, Z. (2011). *Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta* (Vol. XV). Revista Electrónica Educare. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1941/194118804003.pdf>

Poveda, G., Rendon, J., & Castro, D. (2018). "Incentivo del turismo en el Ecuador como una fuente de empleo, inclusión y desarrollo sostenible - sustentable". Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/turismo-ecuador.html>


Quecedo, R., & Castaño, C. (2002). *Introducción a la metodología de investigación cualitativa* (Vol. 14). España: Revista de Psicodidáctica.

Rigol Madrazo, L. M., & Pérez Campdesuñer, R. (2011). *LA GESTIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA COMO CONCEPTO* (Vol. 4). TURyDES. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/turydes/09/rmpc.pdf>

- Roselló, E. (2017). *Análisis del potencial turístico de un destino*. (Vol. N° 87). Cáceres: Publicaciones Didácticas. Obtenido de <https://publicacionesdidacticas.com/hemeroteca/articulo/087084/articulo-pdf>
- Socatelli, M. (2015). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Costa Rica : Universidad Estatal a Distancia - EUNED. Obtenido de <https://ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>
- Staff, E. T. (2016). *¿Qué son los recursos turísticos y cómo se clasifican?* Entorno Turístico. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/los-recursos-turisticos-se-clasifican/>
- UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI. (2022). *GUÍA METODOLÓGICA PARA LA PREPARACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR (TIC) CON ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN*. Tulcan, Ecuador: Universidad Politecnica Estatal del Carchi. Obtenido de https://upec.edu.ec/wp-content/uploads/2023/11/Guia_Metodologica_TIC.pdf
- Zimmer, P., & Grassmann, S. (1996). *EVALUAR EL POTENCIAL TURÍSTICO DE UN TERRITORIO*. España: <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/01/267-evaluar-el-potencial-turistico-de-un-territorio.pdf>.

VII. ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC


UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES
CARRERA DE TURISMO
ACTA
DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR


ESTUDIANTE: García Calvache Génesis Rebeca		CÉDULA DE IDENTIDAD: 1726037902
PERIODO ACADÉMICO: 2025A		
PRESIDENTE TRIBUNAL: PHD. JAIME ALEJANDRO ITURRALDE VALLEJOS		DOCENTE TUTOR: MSC. DENNIS ANDRÉS BOLAÑOS TOBAR
DOCENTE: MSC. JAIRO MAURICIO GUEVARA ROSERO		
TEMA DEL TIC: "El potencial turístico de la comunidad de Ligüiquí, cantón Maná y la demanda turística"		

No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	8,67	Revisar la redacción del objetivo general. Que exista coherencia con la idea a defender y los resultados.
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	9,33	
3	METODOLOGÍA	9,33	
4	RESULTADOS	9,33	
5	DISCUSIÓN	8,00	Relacionar los resultados con el autor de la metodología y explicar el aporte de la autora.
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	8,67	Exponer las conclusiones a modo de redacción
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	9,33	
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	10,00	


Obteniendo una nota de: **9,27** Por lo tanto, **APRUEBA** : debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.


Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **14 de marzo de 2025**



PHD. JAIME ALEJANDRO ITURRALDE VALLEJOS
PRESIDENTE TRIBUNAL



MSC. DENNIS ANDRÉS BOLAÑOS TOBAR
DOCENTE TUTOR



MSC. JAIRO MAURICIO GUEVARA ROSERO
DOCENTE

Figura 23. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC.

Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND
NATIVE LANGUAGES CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: García Calvache Génesis Rebeca				
DATE: Miércoles, 19 de marzo de 2025				
Topic: Innovación digital para la gestión de actividades comunitarias				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED	TOTAL 9		

Figura 24. Certificado del abstract por parte de idiomas.



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL
CARCHI- FOREIGN AND NATIVE LANGUAGES
CENTER**

**Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o
Investigación.**

Autor: García Calvache Génesis Rebeca

Fecha de recepción del abstract: Martes, 18 de marzo de 2025

Fecha de entrega del informe: Miércoles, 19 de marzo de 2025

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según la rúbrica de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9; por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente

MA. Martha Viveros
Docente responsable del
CIDEN

Figura 25. Certificado del abstract por parte de idiomas.

Anexo 3. Fichas de levantamiento de información del potencial turístico.



Figura 26. Condigo QR de le evidencia fichas de observación

Anexo 4. Entrevista dirigida al presidente de la comuna.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES
CARRERA DE TURISMO



Entrevistado: Presidente de la Comunidad de Ligüiqui Carlos Alvia

Fecha: 06 de enero de 2026

Medio: Plataforma Zoom

Objetivo: Recopilar información sobre la disponibilidad y calidad de los servicios básicos, la seguridad comunitaria, las estrategias de promoción y el manejo del cabildo en la comunidad de Ligüiqui, con el fin de evaluar su potencial turístico.

Estructura de la entrevista:

Introducción y presentación del entrevistador.

Explicación del objetivo de la entrevista.

Desarrollo de la entrevista con preguntas dirigidas al entrevistado.

Cierre y agradecimiento por la participación.

Tabla 71. Entrevista presidente de la Comunidad de Ligüiqui.

Pregunta	Respuesta resumida del entrevistado
¿Se realizan mingas de limpieza en los recursos y atractivos de Ligüiqui?	Sí, son organizados por el Ministerio de Turismo y voluntarios. La comunidad también colabora designando una persona para la limpieza semanal. Sin embargo, estas mingas solo cubren las playas y no toda la comunidad.
¿Cómo funciona el manejo de desechos en Ligüiqui?	Se realiza una recolección diaria, y en feriados se refuerza con dos recolecciones al día. Los desechos son llevados al botadero San Juan de Manta.
¿Cuál es el programa de manejo de desechos?	El servicio de recolección sigue un horario de 08:00 a 10:00 AM todos los días, con una recolección adicional en feriados.
¿Existen entidades que promueven la promoción y comercialización del territorio?	No hay entidades oficiales, pero los comuneros usan redes sociales (Facebook, YouTube) para promocionar Ligüiqui. Cada emprendimiento maneja su propia promoción digital.
¿El nivel de promoción se realiza a nivel local, nacional o internacional?	Se realiza a través de redes sociales, alcanzando a turistas locales, nacionales e internacionales.
¿Cuáles son los principales medios de difusión del territorio?	Facebook y YouTube son las plataformas más utilizadas para la promoción de atractivos turísticos y servicios.
¿Qué páginas web se utilizan para informar o promocionar turísticamente Ligüiqui?	Actualmente, no cuenta con una página web oficial.

¿Existe diversificación de idiomas en la promoción turística?	No, la promoción se realiza únicamente en español.
¿Qué redes sociales se utilizan para informar o promocionar turísticamente Ligüiqui?	Facebook y YouTube, además de cuentas personales de emprendedores.
¿Cómo se maneja el tema de seguridad en Ligüiqui?	La Policía Nacional realiza patrullajes diarios, aumentando la vigilancia en feriados. La UPC más cercana está en San Lorenzo (a 15 minutos). En temporada alta, se asignan salvavidas en la playa.
¿Cuáles son los tipos de transporte turístico que existen en Ligüiqui?	No hay servicio de transporte turístico formal en la comunidad.
¿Cuál es la cantidad de transporte disponible en el territorio?	Hay camionetas que operan desde Manta hasta Ligüiqui, además de autobuses interprovinciales que llegan hasta la entrada de la comunidad.
¿Con qué servicios básicos cuenta la comunidad de Ligüiqui y cómo se manejan?	Tiene electricidad y acceso a agua potable cada 15 días mediante aljibes. No cuenta con alcantarillado, usando pozos sépticos en algunas viviendas.
¿Cómo es la conectividad en la comunidad de Ligüiqui?	Hay acceso a internet, pero la señal de telefonía móvil es limitada. Solo Claro tiene cobertura, aunque con señal intermitente.

Anexo 5. Entrevista dirigida director de turismo de Manta



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES
CARRERA DE TURISMO



Entrevistado: Director de Turismo del Cantón Manta Ing. Plutarco.

Fecha: 06 de enero de 2024

Medio: Entrevista virtual vía Zoom

Objetivo: Identificar y analizar el nivel de difusión, seguridad, planificación territorial y la participación de entidades públicas y privadas en el desarrollo turístico de Ligüiqui.

Estructura de la entrevista:

Introducción: Presentación del entrevistador y del entrevistado.

Explicación del objetivo: Se informa al entrevistado sobre el propósito de la entrevista.

Desarrollo de la entrevista: Preguntas y respuestas.

Cierre: Agradecimiento por su participación.

Tabla 72. Entrevista al director de Turismo del Cantón Manta.

Pregunta	Respuesta resumida del entrevistado
¿Existen entidades que promueven la promoción y comercialización del territorio de Ligüiqui?	Sí, el GAD Municipal de Manta impulsa la promoción mediante plataformas digitales. Los emprendimientos locales también realizan promoción en redes sociales.
¿El nivel de promoción se realiza a nivel local, nacional o internacional?	Principalmente a nivel local y nacional, destacando festividades, atractivos y proyectos comunitarios. Aunque no es prioridad, las redes sociales facilitan la visibilidad internacional.
¿Cuáles son los principales medios de difusión del territorio?	Redes sociales, televisión, radio y ruedas de prensa. Se trabaja en una aplicación de turismo para mejorar la promoción.
¿Qué páginas web se utilizan para informar o promocionar turísticamente Ligüiqui?	Las plataformas digitales del Municipio de Manta y la Dirección de Turismo.
¿Existe diversificación de idiomas en la promoción?	No, toda la promoción se realiza únicamente en español.
¿Qué redes sociales se utilizan para la promoción turística de Ligüiqui?	Facebook, Instagram y ocasionalmente Twitter, manejado por el GAD de Manta.
¿Cómo se maneja el tema de seguridad en Ligüiqui?	La seguridad es supervisada por la Policía Nacional. Durante feriados hay mayor control y presencia de salvavidas en la playa.
¿La comunidad de Ligüiqui está contemplada en algún proyecto turístico dentro del PDOT?	Sí, Ligüiqui está incluida como zona de expansión turística, priorizando la conservación del patrimonio arqueológico y biodiversidad.

<p>¿Existen estrategias vinculadas al turismo dentro del PDOT de Ligüiqui?</p>	<p>Sí, enfocadas en protección de atractivos, desarrollo de infraestructura sostenible y fomento de turismo responsable.</p>
<p>¿Existe un plan de desarrollo turístico para Ligüiqui o está incluido en el plan de turismo de Manta?</p>	<p>Ligüiqui forma parte del Plan de Desarrollo Turístico de Manta, con enfoque en turismo rural y de naturaleza. Su lanzamiento fue postergado por la pandemia.</p>
<p>¿Existe un centro de información turística en Ligüiqui?</p>	<p>Sí, con apoyo del Ministerio de Turismo, donde se capacitaron guías locales y se desarrolló una caseta de información turística.</p>
<p>¿Cuántos técnicos en turismo trabajan en el GAD?</p>	<p>Actualmente, hay 14 técnicos encargados de la planificación y promoción turística en el cantón.</p>
<p>¿Existen instituciones públicas o privadas que contribuyen al desarrollo turístico de Ligüiqui?</p>	<p>Sí, el Ministerio del Ambiente, Municipio de Manta, Ministerio de Turismo, Ministerio de Pesca, Ministerio de Patrimonio y emprendedores locales.</p>
<p>¿El GAD o alguna entidad recopila datos estadísticos sobre el turismo en Ligüiqui?</p>	<p>No hay datos precisos, pero se supone que el Municipio de Manta cuenta con una base de datos. Se implementará un gobierno electrónico para mejorar la gestión de datos turísticos.</p>

Anexo 6. Ficha de jerarquización de atractivos Mintur.

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																							
Código del atractivo:	1	3	0	8	5	1	A	N	0	9	0	1	0	2	0	1	0						
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo								
1. DATOS GENERALES																							
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																							
PLAYA DE LIGUIQUI																							
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo											
ATRATIVOS_NATURALES						COSTAS_O_LITORALES						PLAYA											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																							
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia											
MANABI						MANTA						SAN LORENZO											
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal			2.6 Número			2.7 Transversal											
LIGUIQUI						MALECON DE LIGUIQUI			S/N			N/A											
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales)						2.10 Altura (msnm)											
-1,025953						-80,882161						0											
2.11 Información del administrador																							
a. Tipo de Administrador:						PUBLICO						b. Nombre de la Institución:											
												GADM MANTA Y MINISTERIO DE AMBIENTE											
c. Nombre del Administrador:						DIRECCION DE TURISMO, COORDINACION ZONAL 4 MINISTERIO DE AMBIENTE						d. Cargo que ocupa:											
												N/A											
e. Teléfono / Celular:						(+593) 5 261 0171						f. Correo Electrónico:											
												turismo.gad.manta@gmail.com											
Observaciones:																							
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																							
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Clima:						Cálido						b. Temperatura(°C):			25,2			c. Precipitación Pluviométrica (mm):			177		
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Cultura						b. Naturaleza						c. Aventura											
<input type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>											
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Prístino						b. Primitivo						c. Rústico Natural			d. Rural			e. Urbano					
<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención																	
		Ingreso		Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados			Solo días hábiles			Otro		Especificar							
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		0:00		23:59		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		texto							
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		texto							
Pagado <input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		texto							
d. Maneja un sistema de reservas:						f. Forma de Pago:		Efectivo		Dinero Electrónico			Depósito Bancario		Tarjeta de Débito								
<input type="checkbox"/>								<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>								
e. Precio:		Desde 0,00		Hasta 0,00		Tarjeta de Crédito		Transferencia Bancaria			Cheque												
						<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>										
g. Meses recomendables de visita:						Todo el año																	
Observaciones:																							
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																							
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>																							
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												Manta											
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		33,6 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		de 0:46 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):			Lat.: -0.948195		Long.: -80.721556										
Observaciones: Se ha tomado como referencia el Municipio de Manta (casa municipal) Calle 9 y Av. 2																							
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado											
		a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>		-0.940749 -80.729136		-1.063684, -80.886070		29,1		Asfalto		Bueno											
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>		0		0		0															

c. Tercer orden <input checked="" type="checkbox"/>		-1.063684, -80.886070	-1.026445, -80.882118	5.2	asfalto	Bueno	
Observaciones: Se toma como referencia el atractivo más representativo de Manta, playa El Murciélago							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
Observaciones:							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>				
Observaciones:							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input checked="" type="checkbox"/>	camionetas					
Observaciones: Se puede llegar a la playa en bicicleta o moto, las camionetas salen desde el mercado central de Manta							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>							
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones:							
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input checked="" type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>			
Observaciones: texto							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input checked="" type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	28	1065	2651		
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	63	993	2735		
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	7	19	58		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones: texto						
Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	9	83	390	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	162	2343	9987		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	40	335	1337		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	44	646	2275		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	41	312	1244		
Observaciones: Existen 3 cabañas que venden platos tradicionales de la zona					Observaciones: texto						
Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			
Mayoristas		<input type="checkbox"/>	0		Mayoristas		<input checked="" type="checkbox"/>	3			
Internacionales		<input type="checkbox"/>	0		Internacionales		<input checked="" type="checkbox"/>	20			
Operadoras		<input type="checkbox"/>	0		Operadoras		<input checked="" type="checkbox"/>	8			
Observaciones: texto					Observaciones: texto						
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones: texto					Observaciones: texto						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo					<input checked="" type="checkbox"/>						
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)				
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardianía	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. De recorrido y descanso	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estacionamientos	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.025722, -80.881844	PUBLICO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Otros	<input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Observaciones: <input type="text"/>	
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>	
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input checked="" type="checkbox"/> Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>
Especifique: <input type="text"/>	Especifique: <input type="text"/>
Observaciones: <input type="text"/>	
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>	
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Conservado <input type="checkbox"/> b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones: <input type="text"/>	
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)	
6.1.1.1 Naturales (M)	6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/> b. Actividades forestales <input type="checkbox"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/> k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>
Observaciones: <input type="text"/>	
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Conservado <input type="checkbox"/> b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones: <input type="text"/>	
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)	
6.2.1.1 Naturales (M)	6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/> b. Actividades forestales <input type="checkbox"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/> k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input checked="" type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>
Observaciones: <input type="text"/>	
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Declarante: Ministerio del Ambiente	b. Denominación: Refugio de vida silvestre Marino Costera
	b. Fecha de declaración: 13 de octubre de 2018
	c. Alcance: nacional
Observaciones: <input type="text"/>	
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>	
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>	
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>
Agua: <input checked="" type="checkbox"/> Potable	Agua: <input checked="" type="checkbox"/> Potable
Especifique:	Especifique:
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público	Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público
Especifique:	Especifique:
Saneamiento: <input type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> Red pública

Especifique:			Especifique:					
Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/> Carro Recolector			Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/> Carro Recolector					
Especifique:			Especifique:					
Observaciones: texto								
7.2 Señalética en el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	2	aluminio	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>								
Observaciones: texto								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>					
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	10			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		18			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: Hospital IESS Manta / vía Manta - Montecristi, tiempo: 55min; distancia: 46.6 km								
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	alle	texto						
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		ECU 911						

c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	texto
d. Otra	<input type="checkbox"/>		
Observaciones: No se cuenta con UPC cerca a esta playa, lo más cercano es el ECU911 que se encuentra en la cabecera cantonal			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: texto			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto			
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>	Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	Incendios forestales <input type="checkbox"/>
Sequía <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input checked="" type="checkbox"/>	Tsunami <input checked="" type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento:	Nombre del documento:	Año de elaboración:
Observaciones: texto			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES <input checked="" type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: 2014
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2014 - 2019			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:
N/S			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
Ordenanza No. 19 de control de uso de playas			
Observaciones: texto			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) <input checked="" type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Buceo <input checked="" type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input checked="" type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Observaciones: texto	
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>			

9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>			
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>	
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>	
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>	
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input type="checkbox"/>	
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>	
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	texto
Observaciones:			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)			
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: texto			
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>			
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL: texto		Ninguna
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre: texto		Ninguna
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto		Ninguna
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre: texto		Ninguna
e. Oficina de Información Turística <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Terminal terrestre, Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro, Ciinfotur, Museo Cancebi		Mensual
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: texto		Ninguna
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto		Ninguna
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: texto		Ninguna
Observaciones: Se promociona solo por eventos			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:			
Observaciones:			
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>			
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/>	Años de registro 0	
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes: Ninguna		
c. Temporalidad de visita al atractivo			
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique		Número de visitantes
Baja (meses) <input type="checkbox"/>			
d. Llegada de turistas			
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero
Ciudades de origen	texto	0	0
	texto	0	0
	texto	0	0
Observaciones: texto			
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input checked="" type="checkbox"/>			
Nombre del Informante Clave:	Victor Reyes / Presidente de la Comuna Líquique	Contactos:	+593 979901778
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input checked="" type="checkbox"/>	
Lunes a viernes	Fines de semana	Días feriados	Permanente <input type="checkbox"/> Estacional <input type="checkbox"/> Esporádica <input checked="" type="checkbox"/> Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones:			

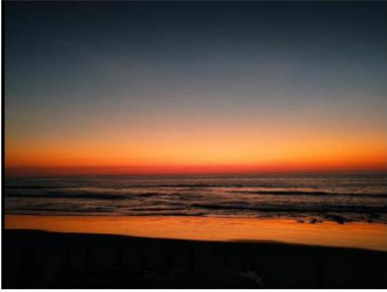


12. RECURSO HUMANO										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>								
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					18					d. Número de personas especializadas en turismo <input checked="" type="checkbox"/>					3								
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input checked="" type="checkbox"/>					f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input checked="" type="checkbox"/>					g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input checked="" type="checkbox"/>													
Primaria		0		Secundaria		6		Primeros Auxilios		2		Hospitalidad		3		Inglés		5		Alemán		0	
Tercer Nivel		11		Cuarto Nivel		1		Atención al Cliente		8		Guianza		2		Francés		2		Italiano		0	
Otro		texto		Sensibilización de discapacidades		de		2		Otro		texto		Chino		0		Otro		texto			
Observaciones: texto																							
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)																							
Playa Liguíqui se encuentra en el cantón Manta, provincia de Manabí, dentro de la comuna que lleva el mismo nombre. Este destino se destaca por sus valiosos yacimientos arqueológicos, testigos de antiguas civilizaciones. Durante la marea baja, el mar revela impresionantes corrales marinos y piscinas naturales, donde se concentra una gran diversidad de vida marina, ofreciendo un espectáculo único para los visitantes.																							
14. ANEXOS																							
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)																							
																							
Fuente: Génesis García																							
b. Ubicación gráfica del Atractivo																							
																							
Fuente: Google Earth																							
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)																							
ELABORADO POR:							VALIDADO POR:							APROBADO POR:									
Apellido y Nombre							Apellido y Nombre							Apellido y Nombre									
Institución							Institución							Institución									
Cargo							Cargo							Cargo									
Correo Electrónico							Correo Electrónico							Correo Electrónico									
Teléfono							Teléfono							Teléfono									
Firma							Firma							Firma									
Fecha							Fecha							Fecha									
Genesis García																							
UPEC																							
Estudiante																							
Genn18garcia@gmail.com																							
0968236205																							
05/11/2022																							

Figura 27. Jerarquización de atractivos Mintur.

Anexo 7. Encuesta perfil del turista.

PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA LIGUIQUI

Nombre del encuestador

Seleccione el lugar donde se realiza la encuesta

Liguíqui

¿Cuál es su país de residencia actual?

¿Cuál es su ciudad de residencia actual?

Género

Hombre

Mujer

LGBTI+

Nivel de estudios

Ninguno

Primaria

Secundaria

Técnico/Tecnología Superior

Pregrado

Posgrado

Edad

Estado civil

Soltero/a

Casado/a

Unión libre

Divorciado/a

Viudo/a

Ocupación actual

Estudiante

Empleado público

Empleado privado

Independiente

Jubilado

Quehaceres domésticos

Desempleado

Ingreso económico familiar promedio mensual

¿Cuántas personas conviven en su hogar?

Este viaje, ¿con quién lo realizó?

Solo

Amigos

Pareja

Familia

¿Cómo fue su forma de viaje?

Viaje organizado (Agencia de viajes)

Viaje independiente

¿Cómo se llama la Agencia de viajes?

¿Cuál fue el/los motivo/s por el que realizó este viaje?

Vacación, recreo u ocio

Visita a familiares o amigos

Negocios Educación y/o formación

Eventos, religión, peregrinación, voluntariado

Sol playa

Otros motivos personales

¿Cuáles de las siguientes actividades ha realizado o piensa realizar en su visita a la comunidad de Liguíqui?

Consumo de gastronomía local

Actividades culturales

Prácticas de deporte

Deportes de aventura

Actividades de naturaleza

¿Cuál es su preferencia gastronómica?

¿Qué actividades culturales?

¿Qué deporte?

¿Qué actividades de naturaleza?

¿Cuál es el medio de transporte que usó para trasladarse a la comunidad de Liguíqui?

Vehículo propio

Transporte público

Contratado

¿Cuántos días permanecerá visitando la comunidad de Liguíqui?

En el caso de pernoctar, ¿cuál es el tipo de alojamiento de su preferencia?

Hotel

Hostal

AirBnb

Camping

Casa de familiares o amigos

No pernocta

¿Cuál es el gasto promedio diario que realizó/a por persona en las siguientes categorías?

Costo en Dólares

Alimentación

Hospedaje

Transporte

Souvenirs

Actividades turísticas

¿Es la primera vez que visita la provincia la Comunidad de Liguiqui?

Sí

No

Califique a la comunidad de Liguiqui del 1 al 7 como destino turístico

Teniendo en cuenta que 1 es Nada satisfactorio y 7 Totalmente satisfactorio

Califique la calidad de los servicios recibidos en función del valor pagado del destino

Teniendo en cuenta que 1 es Nada satisfactorio y 7 Totalmente satisfactorio

	1	2	3	4	5	6	7
Alojamiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alimentación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transporte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Guianza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiendas de barrio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ventas de artesanías	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Califique la infraestructura física de los siguientes servicios que haya utilizado en el destino

Teniendo en cuenta que 1 es Nada satisfactorio y 7 Totalmente satisfactorio

	1	2	3	4	5	6	7
Alojamiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alimentación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transporte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Servicios básicos (agua potable, energía eléctrica, cobertura móvil, internet)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unidades de transporte público	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Señalética e información turística	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Cómo califica los siguientes indicadores del destino turístico? (cantón que está visitando)	1	2	3	4	5	6	7
<i>Teniendo en cuenta que 1 es Nada satisfactorio y 7 Totalmente satisfactorio</i>							
Autenticidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Clima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espacios abiertos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Actividades a desarrollar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Limpieza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recursos naturales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recursos culturales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hospitalidad de los residentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Cómo califica los siguientes indicadores de la imagen turística del destino turístico? (atractivo turístico)	1	2	3	4	5	6	7
<i>Teniendo en cuenta que 1 es Nada satisfactorio y 7 Totalmente satisfactorio</i>							
La información del destino en el marketing tradicional (radio, prensa, TV)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La información del destino en redes sociales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Este lugar es agradable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Este lugar es entretenido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Este lugar cumplió con las expectativas que tenía	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Anexo 8. Evidencia fotográfica



Figura 28. Trabajo de campo.



Figura 29. Trabajo de campo.



Figura 30. Evidencia encuestas.



Figura 31. Restos arqueológicos.



Figura 32. Restos arqueológicos.



Figura 33. Restos arqueológicos.



Figura 34. Corales Marinos.