



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA APLICADA
(POLÍTICA ECONÓMICA)
DOCTORADO EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE

**POTENCIALIDADES Y ESTRATEGIAS PARA
LA PUESTA EN VALOR TURÍSTICO
DEL FRENTE DE AGUA Y CASCO HISTÓRICO
DE LOS PUERTOS DE ALTAGRACIA (VENEZUELA)**

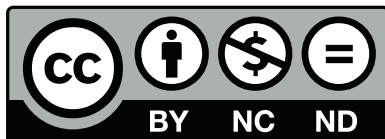
Manuel Alberto Luzardo Padrón
Arquitecto y Magister Scientiarum en
Informática Educativa
Málaga, 2014



**Publicaciones y
Divulgación Científica**

AUTOR: Manuel Alberto Luzardo Padrón

EDITA: Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga



Esta obra está sujeta a una licencia Creative Commons:

Reconocimiento - No comercial - SinObraDerivada (cc-by-nc-nd):

[Http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es)

Cualquier parte de esta obra se puede reproducir sin autorización pero con el reconocimiento y atribución de los autores.

No se puede hacer uso comercial de la obra y no se puede alterar, transformar o hacer obras derivadas.

Esta Tesis Doctoral está depositada en el Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga (RIUMA): riuma.uma.es

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA APLICADA
(POLÍTICA ECONÓMICA)

**POTENCIALIDADES Y ESTRATEGIAS PARA
LA PUESTA EN VALOR TURÍSTICO
DEL FRENTE DE AGUA Y CASCO HISTÓRICO
DE LOS PUERTOS DE ALTAGRACIA (VENEZUELA)**

TESIS DOCTORAL

Realizada por
Doctorando: **Manuel Alberto Luzardo Padrón**
Arquitecto y Magister Scientiarum en Informática Educativa

Director:
Dr. D. Enrique Torres Bernier
Departamento de Economía Aplicada (Política Económica)

Málaga (España), 2014

Tribunal nombrado por el Magfco. Y Excmo. Sr Rector de la Universidad de Málaga,
el día _____ de _____

del año _____

Presidente: D.

Vocal: D.

Vocal: D.

Vocal: D.

Secretario: D.

Realizó el acto de defensa y de la Tesis "POTENCIALIDADES Y ESTRATEGIAS
PARA LA PUESTA EN VALOR TURÍSTICO DEL FRENTE DE AGUA Y CASCO
HISTÓRICO DE LOS PUERTOS DE ALTAGRACIA (VENEZUELA) del Doctorando:
Arq. M. Sc. Manuel Alberto Luzardo Padrón, el día _____
de _____ del año _____

Calificación:

El Presidente

El Secretario

Los Vocales

Dedicatoria

A Dios
y la inspiradora de sueños
en la advocación de la Altagracia,
a mi amada esposa e hijos,
Leanis, Marta María, Juan Manuel, Juan Pablo,
a mis adorados padres
Juvenal y Zaira
y a todos mis hermanos, amigos y compañeros
por ser un estímulo permanente.

Reconocimientos

Se deja hacer reconocimiento público y una gratitud eterna a las personalidades e instituciones, que contribuyeron con la realización de esta investigación.

A las ilustres
**Universidad del Zulia (LUZ)-Venezuela y
 Universidad de Málaga (UMA)-España.**

Con especial motivo a mi director: **Dr. Enrique Torres Bernier**
 por su orientación y apoyo con sus sabios consejos.

A mí admirada **Dra. Mercedes Ferrer y Arroyo**,
 codirectora y motor fundamental en el logro de esta investigación.

Vice Rectorado Académico de la Universidad del Zulia,
Dra. Judith Aular de Durán
Dra. Noraida Marcano
Dra. Rosa Nava y
Dra. Betzabeth Sulbarán.
 por todo el apoyo institucional recibido.

Arq. Janet Cestary Colmenares. MSc.
Arq. Nelly Caldera de Ugarte. MSc.
Arq. José Indriago Dr.
Dr. Nelson Díaz y
Dra. María Escalona
 por toda la orientación y apoyo recibido.

A todos los profesores de la **Universidad de Málaga**,
 Departamento de Economía Aplicada (Política Económica)
 por la formación dada.

Sra. Paqui Vásquez Jarillo.
 Por su apoyo en los trámites administrativos ante la UMA

Sra. Maira Varela.
 Por el apoyo y orientación permanente en los trámites administrativos ante LUZ

A todos y cada uno de los **Expertos** por su contribución y apoyo, y
 finalmente a los jóvenes del Camino-Neocatecumenal por su desinteresado apoyo
 para recaudar la información de campo

*"Las ciudades, como los sueños,
están contruidos de deseos y temores,
aunque el hilo de su discurrir, sea secreto,
sus normas absurdas,
sus perspectivas engañosas,
y cada cosa esconda otra."*

*Ítalo Calvino (1999).
Las Ciudades Invisibles.*

*¡Qué hermosas son las ciudades
que superan la desconfianza enfermiza
e integran a los diferentes,
y que hacen de esa integración
un nuevo factor de desarrollo!
¡Qué lindas son las ciudades que,
aun en su diseño arquitectónico,
están llenas de espacios
que conectan, relacionan,
favorecen el reconocimiento del otro!*

*Papa Francisco 2013.
Evangelii Gaudium.*

Índice General

Dedicatoria	iv
Reconocimientos	v
Índice General	vii
Lista de Tablas	xi
Lista de Figuras.....	xiii
Lista de Planos.....	xv
Lista de Fotos	xvi
RESUMEN	xvii
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1 NATURALEZA DEL PROBLEMA INVESTIGADO.....	8
1 Problema, Justificación, Objetivos y Preguntas, Tipo y Diseño de Investigación, Población y Delimitación	8
1.1 Problema	8
1.2 Justificación de la Investigación.....	11
1.3 Objetivos de la Investigación	13
1.3.1 Objetivo General	13
1.3.2 Objetivos Específicos	13
1.4 Preguntas de Investigación.....	14
1.5 Tipo y Diseño de la Investigación.....	15
1.6 Procedimiento Metodológico.....	17
1.7 Población y Delimitación de la Investigación.....	20
CAPÍTULO 2 MARCO TEÓRICO: TURISMO SOSTENIBLE PLANIFICACIÓN Y PATRIMONIO CULTURAL.....	22
2 Casco Histórico, Frente de Agua.....	22
2.1 Antecedentes de la Investigación	22
2.2 Fundamentos teóricos.....	26
2.2.1 Naturaleza y Aspectos del Turismo	27
A. Definiciones	27
B. Dimensiones del Turismo.....	30
C. Tipologías del Turismo	34
2.2.2 Sistema Turístico	37
A. Recursos Naturales	47
B. Recursos Culturales.....	48
C. Facilidades Turísticas	50
D. Accesibilidad y Transporte	51
2.2.3 Desarrollo Sostenible.....	52
A. Desarrollo Sostenible y Turismo	56
2.2.4 Planificación	62
2.2.5 Estrategia.....	63
2.2.6 Planificación Estratégica.....	66
A. Planificación Estratégica Territorial	68
B. Planificación del Desarrollo Turístico Local.....	71
2.2.7 Planificación Estratégica del Turismo Urbano Cultural Sostenible.....	76
A. A Propósito de Potenciar una Estrategia para las Ciudades y el Turismo.....	81
2.2.8 Planificación y Gestión del Turismo en Ciudades Históricas	83
A. Consejos Comunales como una alternativa de participación.....	88
2.2.9 Patrimonio Cultural	91
A. Puesta en Valor del Patrimonio Cultural.....	102
B. Patrimonio Cultural, Desarrollo Económico y Turismo.....	108
C. Patrimonio Cultural como Recurso Turístico	112

2.2.10 Turismo Sostenible y Patrimonio Cultural	116
A. Patrimonio y Turismo Cultural	120
2.2.11 Casco Histórico como Patrimonio Cultural	127
2.2.12 Frente de Agua	132

CAPÍTULO 3 ESTRATEGIA METODOLÓGICA PARA LA APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS 136

3 Población, Muestra, Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Variables y Características del Método Delphi	136
3.1 Población de Estudio	136
3.1.1 Muestra	138
3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	142
3.3 Operacionalización de las Variables	148
3.4 Método Delphi. Encuesta a Expertos.....	150
3.4.1 El Método Delphi y el presente trabajo.....	153
3.4.2 Diseño del cuestionario	154
3.4.3 Escala de valoración	155
3.4.4 Selección del panel de expertos	156
3.4.5 Desarrollo del trabajo de campo	158
3.5 Validez y Confiabilidad de los Instrumentos.....	159
3.6 Técnica de Análisis de la Información.....	161

CAPITULO 4 LOS PUERTOS DE ALTAGRACIA Y SU POTENCIAL TURÍSTICO 162

4 Análisis Situacional del Frente de Agua y Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia	162
4.1 Caracterización Físico-Territorial del Ámbito de Estudio.....	163
4.1.1 Ubicación Geográfica.....	163
A. Los Puertos de Altagracia. Origen y Fundación	166
B. Casco Histórico y Frente de Agua de Los Puertos de Altagracia	168
4.1.2 Variable Medio Ambiental.....	172
A. Suelos.....	172
B. Hidrología.....	172
C. Vegetación	173
D. Fauna y Flora.....	173
E. Clima	175
4.1.3 Variable Físico-Espacial.....	175
A. Equipamiento Urbano.....	175
B. Seguridad y Defensa	178
C. Servicios de Infraestructura	180
4.2 Superestructura Turística	181
4.2.1 Instrumentos de Planificación	181
4.2.2 Instrumentos Legales	183
4.2.3 Actores.....	188
4.3 Inventario Turístico Patrimonial del Casco Histórico y Frente de Agua de <i>Los Puertos de Altagracia</i>	190
4.3.1 Recursos Naturales y Paisajísticos	191
4.3.2 Recursos Turísticos Culturales Tangibles.....	193
4.3.3 Recursos Turísticos Culturales Intangibles	196
4.3.4 Facilidades Turísticas	198
4.3.5 Accesibilidad y Transporte.....	200
4.3.6 Síntesis Inventario Turístico Patrimonial del Caso Histórico y Frente de Agua.	202

CAPITULO 5 ANÁLISIS Y RESULTADOS..... 208

5 Perfil del Residente y Visitante como Potencial Estratégico	208
5.1 Presentación y Análisis del Cuestionario Aplicado a los Habitantes de la <i>Parroquia Altagracia</i>	208
5.1.1 Variable: Características de los Habitantes	208
A. Indicador: Datos socio-económicos	208
B. Indicador: Opinión sobre la actividad turística	212
5.1.2 Síntesis perfil de opinión de la Comunidad Receptora hacia la Actividad Turística	216

5.2	Presentación y Análisis del Cuestionario dirigido a los Visitantes o Turistas de la Parroquia Altagracia	217
5.2.1	Variable: Características de la Demanda Turística	218
A.	Indicador: Datos socio-económicos	218
B.	Indicador: Aspecto relativos al viaje	221
C.	Indicador: Actividad desarrollada	232
D.	Indicador: Consumo	235
E.	Indicador: Información Turística y Marketing.....	240
F.	Indicador: Opinión sobre la actividad turística	241
5.2.2	Resultados: Características del perfil del visitante	244
5.3	Diagnostico Situacional (DAFO)	245
5.4	Resumen Potencialidades Turísticas.....	248
5.4.1	Caracterizar el Ámbito de Estudio	248
5.4.2	Superestructura turística	250
5.4.3	Oferta Turística (Recursos Patrimoniales)	250
5.4.4	Demanda	251
5.4.5	Accesibilidad y Transporte, Infraestructura básica de servicios.....	251

CAPITULO 6 VALOR TURÍSTICO DEL FRENTE DE AGUA Y CASCO HISTÓRICO..... 252

6	Percepción de los expertos	252
6.1	Aplicación del cuestionario.....	252
6.2	Escala de valoración.....	253
6.3	Resultados obtenidos	254
6.3.1	I Parte: Pronostico Situacional (Debilidades y Amenazas)	254
A.	Planificación y Gestión Turística	254
B.	Oferta (Recursos Naturales y Culturales).....	258
C.	Demanda Turística	261
D.	Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos.	263
E.	Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano.....	265
6.3.2	II Parte: Potencialidades (Fortalezas y Oportunidades)	267
A.	Planificación y Gestión Turística	267
B.	Demanda Turística	273
C.	Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos	274
D.	Accesibilidad y Transporte, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano.....	276
6.3.3	III Parte: Estrategias para el desarrollo del turismo sostenible en Los Puertos de Altagracia.....	278
A.	Planificación y Gestión Turística.	278
B.	Oferta (recursos naturales y culturales)	280
C.	Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos	284
D.	Accesibilidad y transporte, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano.....	285
E.	Otros enunciados propuesto por los expertos después de la 1era circulación	287
6.3.4	IV Parte: Potencial Turístico de los Recursos.....	289
A.	Potencial Turístico de los Recursos Naturales	289
B.	Potencial Turístico de los Recursos Culturales Tangibles	290
C.	Potencial Turístico de los Recursos Culturales Intangibles	291

CAPITULO 7 CONCLUSIONES: POTENCIALIDADES Y ESTRATEGIAS..... 293

7	Puesta en Valor Turístico del Frente de Agua y Casco Histórico.....	293
7.1	Caracterizar el ámbito de estudio.....	293
7.2	Superestructura turística	294
7.3	Oferta Turística (Recursos Patrimoniales)	295
7.4	Características de Comunidad Residente	299
7.5	Perfil de la Demanda	300
7.6	De las Potencialidades	302
7.6.1	Caracterizar el ámbito de estudio	302

7.6.2	Superestructura turística.....	303
7.6.3	Oferta Turística (Recursos Patrimoniales)	303
7.6.4	Demanda	304
7.6.5	Accesibilidad y Transporte, Infraestructura básica de servicios.....	304
7.7	De las Estrategias.....	304
7.7.1	Planificación y Gestión Turística	305
7.7.2	Estrategias Ofertas	306
7.7.3	Demanda turística	306
7.7.4	Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos	306
7.7.5	Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano	307
7.8	Recomendaciones.....	308

BIBLIOGRAFÍA 311

ANEXOS 334

LISTA DE ANEXOS	335
Anexo I. Sectorización Urbana Parroquia Altagracia y Ubicación del Casco Central.....	340
Anexo II. Modelo de Fichas de Registro para el inventario de Recursos Turísticos	341
Anexo III. Modelo de Fichas de Registro para el inventario de Facilidades Turísticas	350
Anexo IV. Modelo de Encuesta Dirigida a los Habitantes de Los Puertos de Altagracia	361
Anexo V. Modelo de Encuesta Dirigida a los Visitantes	363
Anexo VI. Inventario de los Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda.....	367
Anexo VII. Inventario de Recursos Turísticos Culturales Tangible.....	373
Anexo VIII. Inventario de Recursos Turísticos Culturales Intangible	383
Anexo IX. Inventario de Facilidades Turísticas	393
Anexo X. Accesibilidad y Transporte	410
Anexo XI. Lista de Inventario de Recursos Naturales, Culturales, Facilidades	414
Anexo XII. Fiabilidad de las Variables	420
Anexo XIII. Modelo de Encuesta: Percepción de los expertos acerca de las potencialidades y estrategias para la puesta en valor de Los Puertos de Altagracia". Dirigida a los Expertos. 1era Circulación	422
Anexo XIV. Modelo de Encuesta: Percepción de los expertos acerca de las potencialidades y estrategias para la puesta en valor de Los Puertos de Altagracia". Dirigida a los Expertos. 2da Circulación.....	430
Anexo XV. Resultado de la Percepción de los Expertos acerca de las potencialidades y estrategias para la puesta en valor de Los Puertos de Altagracia. dirigida a los Expertos. 1era y 2da Circulación	442

Lista de Tablas

Tabla 1.	Clasificación de turismos específicos.....	37
Tabla 2.	Clasificación de los recursos naturales.....	48
Tabla 3.	Clasificación de los recursos culturales tangibles.....	49
Tabla 4.	Clasificación de los recursos culturales intangibles.....	50
Tabla 5.	Clasificación de las facilidades turísticas.....	51
Tabla 6.	Clasificación de la accesibilidad y transporte.....	52
Tabla 7.	Eventos claves internacionales importantes para el Desarrollo Sostenible	53
Tabla 8.	Principios de la Carta del Turismo Sostenible de Lanzarote.....	58
Tabla 9.	Impacto local del turismo	111
Tabla 10.	Recursos naturales y culturales de Los Puertos de Altagracia.....	139
Tabla 11.	Grupos de Muestreo	142
Tabla 12.	Construcción de indicadores para los habitantes de Los Puertos de Altagracia.....	145
Tabla 13.	Construcción de indicadores para estudio de demanda turística	146
Tabla 14.	Operacionalización de las Variables	148
Tabla 15.	Aspectos considerados en la elaboración del Cuestionario Delphi.....	155
Tabla 16.	Escala de Valoración	155
Tabla 17.	Escala de valoración del potencial turístico.....	156
Tabla 18.	Expertos calificados para la aplicación del Cuestionario. Método Delphi	157
Tabla 19.	Experto validadores del Cuestionario. Método Delphi.....	160
Tabla 20.	Parroquias del Municipio Miranda.....	165
Tabla 21.	Instrumentos de Planificación Nacional	181
Tabla 22.	Instrumentos de Planificación Estatal, Municipal y Local	183
Tabla 23.	Instrumento Legales Nacionales de Venezuela	184
Tabla 24.	Instrumentos Legales Estadales de Venezuela	186
Tabla 25.	Instrumentos Legales Municipales de Venezuela.....	187
Tabla 26.	Actores o Instituciones a nivel Nacional.....	188
Tabla 27.	Actores o Instituciones a nivel Estatal	189
Tabla 28.	Actores o Instituciones a nivel Municipal y Local	190
Tabla 29.	Empresas de Servicios que Sirven de Apoyo a la Actividad Turística.....	199
Tabla 30.	Síntesis de la Oferta Turística Casco Histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia.....	203
Tabla 31.	Nacionalidad del Encuestado (%)	209
Tabla 32.	Evaluación de los Servicios	215
Tabla 33.	Más beneficiados con la actividad turística	216
Tabla 34.	Opinión sobre Diversos Aspectos 1er Período 2012 (%)	233
Tabla 35.	Opinión sobre Diversos Aspectos 2do Período 2013 (%).....	234
Tabla 36.	Gasto realizado durante la estancia por turista, por rubro (%) en Bolívars Fuertes 1er período 2012.....	236
Tabla 37.	Gasto realizado durante la estancia por turista, por rubro (%) en Bolívars Fuertes 2do período 2013.....	236
Tabla 38.	Gasto realizado durante la estancia por excursionista, por rubro (%) en Bolívars Fuertes 1er período 2012.....	238
Tabla 39.	Gasto realizado durante la estancia por excursionista, por rubro (%) en Bolívars Fuertes 2do período 2013.....	238
Tabla 40.	Análisis DAFO	246
Tabla 41.	I Parte: Planificación y Gestión Turística.....	257
Tabla 42.	I Parte: Oferta (recursos naturales y culturales).....	260
Tabla 43.	I Parte: Demanda Turística.....	262
Tabla 44.	I Parte: Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos.....	264
Tabla 45.	I Parte: Accesibilidad, Infraestructura Básica de Servicio y Equipamiento Urbano.....	266
Tabla 46.	II Parte: Planificación y Gestión Turística.....	269
Tabla 47.	II Parte: Oferta (recursos naturales y culturales).....	272
Tabla 48.	Demanda Turística.....	273
Tabla 49.	II Parte: Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos.....	275

Tabla 50.	II Parte: Accesibilidad y Transporte, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano	277
Tabla 51.	III Parte: Planificación y Gestión Turística.....	279
Tabla 52.	III Parte: Oferta (recursos naturales y culturales).....	281
Tabla 53.	III Parte: Demanda Turística.....	283
Tabla 54.	III Parte: Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos.....	284
Tabla 55.	III Parte: Accesibilidad y Transporte, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano	286
Tabla 56.	III Parte: Otros. Planteamientos abiertos de la 1era circulación.	287
Tabla 57.	IV Parte: Potencial Turístico de los Recursos Naturales	289
Tabla 58.	IV Parte: Potencial Turístico de los Recursos Culturales Tangibles.....	290
Tabla 59.	IV Parte: Potencial Turístico de los Recursos Culturales Intangibles.	291

Lista de Figuras

Figura 1.	Fases de la Investigación.....	19
Figura 2.	Esquema de desarrollo del planteamiento teórico-conceptual.	27
Figura 3.	Modelo de Sistema Turístico por Leiper	39
Figura 4.	Modelo de Sistema turístico.	40
Figura 5.	Sistema de Actividades Turísticas por Torres Bernier.....	44
Figura 6.	Subsistemas del Sistema Turístico y del Entorno para la planificación Territorial Urbana	47
Figura 7.	Dimensiones del Desarrollo Sostenible	55
Figura 8.	Multidimensionalidad de la Sostenibilidad Turística	61
Figura 9.	Fases de la Elaboración de un Plan Estratégico Territorial.	70
Figura 10.	Desarrollo Sostenible aplicado al Patrimonio Cultural	116
Figura 11.	Ubicación Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia. Municipio Miranda.	169
Figura 12.	Género del Encuestado (%).....	208
Figura 13.	Edad del Encuestado (%).....	209
Figura 14.	Estado Civil del Encuestado (%)	209
Figura 15.	Nivel Educativo del Encuestado (%).....	210
Figura 16.	Ocupación del Encuestado (%)	210
Figura 17.	Tamaño del Grupo Familiar del Encuestado (%).....	210
Figura 18.	Edad Grupo Familiar del Encuestado (%).....	211
Figura 19.	Nivel de Ingreso Mensual (BsF).....	211
Figura 20.	Importancia del Turismo.....	212
Figura 21.	Recurso como Potencial Turístico.....	212
Figura 22.	Patrimonio Cultural Edificado con Potencial Turístico.....	213
Figura 23.	Necesidades para incentivar la actividad turística.....	214
Figura 24.	Participación gubernamental para el turismo	214
Figura 25.	Futuro del Turismo Local	215
Figura 26.	Beneficios por la visita de turistas	215
Figura 27.	Edad del Entrevistado (%)	218
Figura 28.	Género del Entrevistado (%).....	218
Figura 29.	Ocupación del Encuestado (%)	219
Figura 30.	Estado Civil del Entrevistado (%)	219
Figura 31.	Nivel Educativo del Entrevistado (%)	220
Figura 32.	Nivel de Ingreso Mensual Entrevistado (%)	220
Figura 33.	Lugar de Residencia Permanente (%)	221
Figura 34.	Motivo de la Visita (%)	222
Figura 35.	Lugares Visitados (%)	222
Figura 36.	Que le atrae del destino (%)	223
Figura 37.	Frecuencia de Visitas (%)	223
Figura 38.	Temporada de la Visita (%)	224
Figura 39.	Duración de la Estancia (%).....	224
Figura 40.	Personas con quien visito	225
Figura 41.	Edades del Grupo de Acompañantes.....	225
Figura 42.	Alojamiento utilizado (%).....	226
Figura 43.	Lugar donde consumió Alimentos y Bebidas (%).....	226
Figura 44.	Atención Ofrecida (%).....	227
Figura 45.	Calidad en Alimentos y Bebidas (%).....	227
Figura 46.	Costos en Alimentos y bebidas (%)	228
Figura 47.	Transporte utilizado para visitar el Municipio (%)	228
Figura 48.	Atención del Servicio de Transporte (%).....	229
Figura 49.	Calidad del Servicio de Transporte (%)	229
Figura 50.	Costo del Servicio de Transporte (%)	230
Figura 51.	Transporte Utilizado para Movilización Interna (%)	230
Figura 52.	Atención del Servicio de Transporte (%).....	231
Figura 53.	Calidad del Servicio de Transporte (%)	231
Figura 54.	Costo del Servicio de Transporte (%)	232

Figura 55. Actividades Desarrolladas Durante Permanencia (%).....	232
Figura 56. Opinión sobre Diversos Aspectos 1er Período 2012.....	233
Figura 57. Opinión sobre Diversos Aspectos 2do Período 2013.....	234
Figura 58. Gasto diario realizado durante la visita en grupo (%).....	235
Figura 59. Gasto realizado durante la estancia (%).....	235
Figura 60. Gasto realizado durante la estancia por turistas (%).....	237
Figura 61. Gasto en general realizado por los excursionistas (%).....	239
Figura 62. Información Turística (%).....	240
Figura 63. Medio de Información Turística (%).....	240
Figura 64. Imagen que Identifica al Destino (%).....	241
Figura 65. Imagen Antes de la Visita (%).....	241
Figura 66. Imagen Después de la Visita (%).....	242
Figura 67. Agrado de la Visita (%).....	242
Figura 68. Disgustó Durante la Permanencia (%).....	243
Figura 69. Le Gustaría Regresar (%).....	243
Figura 70. Recomendaría la Visita (%).....	244
Figura 71. I Parte: Planificación y Gestión Turística.....	257
Figura 72. I Parte: Oferta (recursos naturales y culturales).....	260
Figura 73. I Parte: Demanda Turística.....	262
Figura 74. I Parte: Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos.....	264
Figura 75. I Parte: Accesibilidad, Infraestructura Básica de Servicio y Equipamiento Urbano.....	266
Figura 76. II Parte: Planificación y Gestión Turística.....	269
Figura 77. II Parte: Oferta (recursos naturales y culturales).....	272
Figura 78. Demanda Turística.....	273
Figura 79. II Parte: Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos.....	275
Figura 80. II Parte: Accesibilidad y Transporte, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano.....	277
Figura 81. III Parte: Planificación y Gestión Turística.....	279
Figura 82. III Parte: Oferta (recursos naturales y culturales).....	281
Figura 83. III Parte: Demanda Turística.....	283
Figura 84. III Parte: Oferta (recursos naturales y culturales).....	284
Figura 85. III Parte: Accesibilidad y Transporte, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano.....	286
Figura 86. IV Parte: Potencial Turístico de los Recursos Naturales.....	289
Figura 87. IV Parte: Potencial Turístico de los Recursos Culturales Tangibles.....	290
Figura 88. IV Parte: Potencial Turístico de los Recursos Culturales Intangible.....	291

Lista de Planos

Plano 1.	Los Puertos de Altagracia. Parroquia Altagracia. Municipio Miranda, Zulia.	164
Plano 2.	Centros poblados. Municipio Miranda, Zulia.....	165
Plano 3.	Usos. Municipio Miranda. Zulia.	174
Plano 4.	Demarcación área protegida y Sectorización Urbana de la Parroquia Altagracia.	177
Plano 5.	Uso del suelo área urbana de la parroquia Altagracia.....	179
Plano 6.	Ubicación de los recursos abióticos.....	192
Plano 7.	Sistema de vialidad Extra urbana de Los Puertos de Altagracia y centros poblados de apoyo más cercanos de Altagracia.....	200
Plano 8.	Patrimonio Edificado del Casco Histórico Los Puertos de Altagracia: Accesibilidad	202
Plano 9.	Ubicación de la Oferta Turística potencial dentro del Casco Histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia.	206
Plano 10.	Definición de áreas con vocación turística	249

Lista de Fotos

Foto 1.	Recursos Culturales: Tangibles	48
Foto 2.	Recursos Culturales: Intangibles	50
Foto 3.	Accesibilidad y Transporte. Los Puertos de Altagracia	147
Foto 4.	Patrimonio Edificado del Casco Historico Los Puertos de Altagracia: Religión	170
Foto 5.	Patrimonio Edificado del Casco Historico Los Puertos de Altagracia: Viviendas.....	171
Foto 6.	Seguridad y Defensa en Temporadas vacacionales	178
Foto 7.	Recurso Turísticos Culturales Tangibles: Edificaciones Culturales.....	194
Foto 8.	Recurso Turísticos Culturales Tangibles: Edificaciones Culturales.....	195
Foto 9.	Recurso Turísticos Culturales Tangibles: Sector Urbano	196
Foto 10.	Recurso Turísticos Culturales Intangibles: Manifestaciones Religiosas.	197
Foto 11.	Facilidades Turísticas de Los Puertos de Altagracia: Alojamiento, Ocio y Recreación	198
Foto 12.	Los Puertos de Altagracia: Accesibilidad vial y lacustre	201
Foto 13.	Accesibilidad Potencial como futuro soporte al sistema turístico del Municipio Miranda, Zulia.	206
Foto 14.	Oferta Turística potencial dentro del Casco Histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia.....	207

Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014). Potencialidades y Estrategias para la Puesta en Valor Turístico del Frente de Agua y Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia (Venezuela). Universidad de Málaga. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Departamento de Economía Aplicada (Política Económica). Doctorado: Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible.

RESUMEN

Venezuela considera el turismo sostenible como alternativa estratégica de desarrollo económico para mejorar la calidad de vida de sus habitantes y preservar-conservar el patrimonio cultural y natural. Enmarcado en esas consideraciones el objetivo de la investigación es identificar las potencialidades y estrategias para poner en valor turístico, con principios sustentables, el frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altagracia (Municipio Miranda del Estado Zulia). Para el logro de este propósito, se realizó una investigación de tipo analítico-descriptiva, basada en la revisión documental y trabajo de campo para lo cual se utilizaron e integraron transversalmente los resultados de tres instrumentos: encuestas, fichas técnicas y cuestionarios, que se aplicaron a cuatro unidades de análisis como son los recursos catalogados como patrimonio cultural, los habitantes de la Parroquia Altagracia, turistas o visitantes y a través del Método Delphi a un grupo de expertos. El diagnóstico permitió identificar los principales recursos patrimoniales y turísticos (oferta turística potencial), la opinión del residente sobre la actividad turística y caracterizar el perfil de la demanda actual y potencial, logrando mediante la aplicación del diagnóstico situacional o análisis DAFO, determinar las potencialidades y estrategia necesarias para la puesta en valor a través del juicio de los expertos. Tres conclusiones destacan de la investigación: primero existen potencialidades-recursos valorados por los consultados que justifican la puesta en valor el frente de agua y casco histórico de Los Puertos, ser la puerta de entrada al Zulia desde el norte del país y la demanda de residentes y turistas así lo confirma; segundo es urgente la creación de un ente gestor con visión sistémica-integral sostenible que viabilice el manejo de estrategias y el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales existentes y la concienciación de la comunidad y, tercero elaborar una plataforma normativa y de planificación estratégica que promueva y viabilice la inversión pública y privada, para lograr la puesta en valor y el desarrollo turístico sostenible de Los Puertos de Altagracia del Municipio Miranda del Estado Zulia.

Palabras clave: Puesta en valor, patrimonio cultural y natural, turismo sostenible, frente de agua, casco histórico.

Correo: maluzardo2@hotmail.com

Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014). Potential and Strategies for the implementation of the tourism value water frontage and Historic Center of The Ports of Altagracia (Venezuela). University of Malaga. Faculty of Economics and Business Studies. Department of Applied Economics (Economic Policy). PhD: Management and Development of Sustainable Tourism.

ABSTRACT

Venezuela considers sustainable tourism as a strategic choice of economic development to improve the quality of life of its inhabitants and preserve-preservation of the cultural and natural heritage. Framed in these considerations the objective of this research is to identify the potential and strategies to put in value as a tourist, with sustainable principles, the water frontage and historic center of the Ports of Altagracia (Municipality of Miranda the Zulia state). To achieve this purpose, an investigation was conducted analytical-descriptive, based on the literature review and field work to which were used and integrated across the results of three instruments: surveys, technical data sheets and questionnaires, which were applied to four units of analysis such as are the resources catalogued as cultural heritage, the inhabitants of the Parish Altagracia, tourists or visitors and through the Delphi Method to a group of experts. The diagnosis allowed us to identify the main tourist resources and assets (tourist offer potential), the view of the resident on tourism activity and characterize the profile of the current demand and potential, achieved through the implementation of the situational diagnosis or SWOT analysis, determine the potentialities and strategy necessary for the implementation in value through the judgment of the experts. Three conclusions stand out from the research: first, there are potential-resources valued by those consulted that justify the value the water frontage and historic center of the ports, being the gateway to the Zulia from the north of the country and the demand for residents and tourists confirms this; second is an urgent need to create an entity manager with systemic vision-integral conducive to the sustainable management strategies and the use of natural and cultural resources and existing community awareness and, third develop a policy platform and strategic planning that promotes and facilitates the public and private investment, in order to obtain the value and the development of sustainable tourism in The Ports of Altagracia the Municipality of Miranda of the Zulia State.

Key Words: Implementation value, cultural and natural heritage, sustainable tourism, water frontage, the historic center.

Mail: maluzardo2@hotmail.com

INTRODUCCIÓN

A partir de la segunda mitad del siglo XX, el turismo destaca como una de las actividades socioeconómicas más importantes del mundo, siendo en la actualidad en muchos países es según el secretario de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Taleb Rifai (2014), una de las actividades con mayor crecimiento y que contribuye de manera decisiva en la economía, demostrando “una notable capacidad de adaptación a las condiciones cambiantes de los mercados, así como para impulsar el crecimiento y la creación de empleo en todo el mundo, a pesar de los retos económicos y geopolíticos que persisten. De hecho, el turismo ha sido uno de los pocos sectores que ha aportado buenas noticias a muchas economías”, generando exportaciones y un factor importante en la balanza de pagos de muchas naciones. El último Barómetro del Turismo Mundial (OMT, 2014), refleja que las llegadas de turistas internacionales crecieron un 5% en 2013 hasta alcanzar los 1.087 millones, los resultados estuvieron muy por encima de las expectativas, y en 2013 viajaron 52 millones de turistas internacionales más que el año anterior (OMT, 2014), especialmente en los países emergentes, aportando el 9% del producto interno bruto (PIB) mundial, la contribución del turismo al empleo se estimó entre 6 y 7% del número total de puestos de trabajo en todo el mundo, a “pesar del incierto entorno económico mundial” (Pulido y Sáez 2011 y Rifai 2014).

Según el Movimiento Turístico en Fronteras (FRONTUR), del Instituto de Estudios Turísticos (IET), España, recibió 60.6 millones de turistas en el año 2013 de visitantes internacionales y, 35.6 millones de excursionistas para ese mismo año, situándolo en el tercer destino turístico a nivel mundial después de Francia (89 millones) y Estados Unidos (71 millones) (IET 2014).

En Venezuela, la actividad turística registrada, según cifras ofrecidas por el Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR 2014), alcanza un total de 1.084.776 turistas internacionales cifra que representa un incremento del 2.24% en relación al 2012, año en que al país ingresaron 1.061.020 turistas provenientes de mayoritariamente de Suramérica (566.539) y Europa (269.030) entre otras regiones, y por países de residencia según orden: Colombia, Brasil, Estados Unidos y España con edades entre 25 -34 y 35 a 44 años y el motivo principal de visita a familiares y amigos, con gasto promedio de permanencia por noche de 19, 88\$ generando un ingreso de gastos por turistas y visitantes internacionales de 1.543 millones 717 mil 410 dólares (9.725 millones 419 mil 680 bolívares fuertes), lo que refleja un

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

incremento de 3.05% en turismo receptivo en comparación con el período 2012. A pesar que, Venezuela es un país petrolero, la factibilidad de consolidar el turismo como la segunda fuente generadora de divisas es alta considerando su ubicación geográfica estratégica dotada de innumerables bellezas naturales y recursos paisajísticos, culturales, playas entre otros, y considerando proyecciones internacionales del turismo y sus tendencias, deberían aspirar atraer gran cantidad de visitantes ese es el objetivo que se espera lograr a partir de la implantación de las políticas gubernamentales en materia turística (Reyes 2011).

Se reconoce la importancia del turismo como actividad económica generadora de riqueza, hasta el punto de ser considerada por algunos autores (Altés, citado por OMT 1998: 16) como “la segunda actividad mundial más importante tras la industria del petróleo y sus sectores derivados”, lo que convierte al turismo en una actividad promotora de desarrollo y generadora de empleos y capital, tanto para la población local, como para la nacional (Carta del Turismo Sostenible 1995).

En este sentido, es evidente que estos resultados son producto del cambio de paradigma de nuestra sociedad donde el ocio ha pasado a ocupar un lugar central en la jerarquía de valores de la sociedad contemporánea, convirtiéndose en una necesidad básica, una condición irrenunciable denominada la “Civilización del Ocio” (Herrero et. al. 2002 y Torres B. 2005).

Dentro del ocio, el turismo se ha convertido en una de las expresiones más importantes de la vida moderna y particularmente el turismo cultural, que se ha ido configurando como uno de los componentes con más proyección y, a la vez como una de las manifestaciones más significativas del denominado “postmodernismo cultural contemporáneo” (Herrero et. al. 2002).

En la actualidad las tendencias del turismo contemporáneo indican que se privilegia más la búsqueda de experiencias enriquecedoras, búsqueda del bienestar, diversión entretenimiento, los turistas quieren tener contacto con la cultura de cada país, relación con otros pueblos que visitan, hablar con la gente, sentir el calor humano, gozar la acogida (Torres M. 2003 y Reyes 2011). Esta modalidad de turismo cultural, presenta una estrecha y dinámica interacción con los contenidos y valores culturales del Patrimonio Cultural, que ofrece una amplia gama de oportunidades y posibilidades de difusión y pertenencia, al conocer los deseos y expectativas tanto de los visitantes como de las comunidades residentes (Primera 2005). Convirtiéndose en un interesante atractivo dado lo dinámico de los estilos de vida y la cultura.

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

El turismo basado en el patrimonio cultural y natural es un activo económico potencial, pero su puesta en valor y comercialización demanda, exige y obliga a que su administración, planificación y promoción se dirija a una clientela apropiada que sea respetuosa con los valores que aporta la herencia de los antepasados y será el legado de las generaciones futuras, marcando con ello la necesidad de un consenso sobre la conservación física del patrimonio tanto de lo tangible como de lo intangible de la sociedad receptora que se ofrece como un producto turístico sostenible, ya que si bien el turismo puede generar crecimiento económico y empleo igualmente puede ocasionar resultados desacertados si se desarrolla de manera desproporcionada y desordenada.

En los países desarrollados según Romero (en Primera 2005: 6), si bien existe un cierto consenso por la conservación física del patrimonio, igualmente hay peligros latentes que amenazan la pérdida de la autenticidad de las ciudades patrimoniales y se reflejan en la calidad del turismo cultural, entre los que destaca: Degradación: Abandono físico de sectores o barrios de la ciudad. Tercerización: Proceso por el cual los centros urbanos que fueron multifuncionales en otros tiempos, acaban siendo de uso exclusivo para el sector servicio. Gentrificación: aburguesamiento es la sustitución de la población residente tradicional, de composición social diversa por otra con un perfil económico más alto. Banalización: para atraer turismo, al concentrar en sectores específicos de la ciudad en esta actividad, recurriendo a nuevas arquitecturas historicistas y falsos decorados.

Por otra parte en los países en vías de desarrollo, en regiones de gran riqueza patrimonial, como América Latina y el Caribe, a pesar de no tener altas demandas según la tendencia del turismo cultural, se hace necesario reformular las políticas culturales y turísticas, con la finalidad de encontrar maneras y fórmulas que equilibren la conservación y el uso de los recursos, a pesar de no tener altas demandas según la tendencia del turismo cultural.

Si bien en Venezuela, el patrimonio cultural se encuentra representado por una amplia gama de ciudades y comunidades con recursos y potencial turístico, los cuales en su mayoría se encuentran localizados en los cascos históricos como referencia urbanística y arquitectónica del siglos pasados, no se han implantado políticas que permitan integrar los diversos sectores, tanto públicos como privados, relacionados con la cultura y el turismo que vayan en concordancia con el desarrollo sostenible de los recursos patrimoniales, su promoción y puesta en valor.

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV 1999: 183), en el Título VI del Sistema Socio-económico, Capítulo I, Artículo 310, destaca la importancia del turismo y el rol del Estado en su orientación y desarrollo:

“El Turismo es una actividad económica de interés nacional prioritaria para el país en su estrategia de diversificación y desarrollo sostenible. Dentro de las fundamentaciones de régimen socio-económico, previsto en esta Constitución el Estado dictará las medidas que garanticen su desarrollo. El estado velará por la creación y fortalecimiento del Sistema Turístico Nacional.”

Esta declaratoria del turismo como actividad de interés nacional se refuerza con la Ley Orgánica de Turismo (LOT 2012) que señala en su Artículo 1 cuyo objeto es “desarrollar, promover, organizar y regular la actividad turística y Sistema Turístico Nacional, como factores estratégicos para el desarrollo socio-productivo y sustentable del país, haciendo especial énfasis en el turismo como sector de inclusión social” (LOT 2012: 3), y el Artículo 33 referido a las atribuciones del municipio para “elaborar, compilar y mantener actualizadas las estadísticas de la oferta y la demanda turística en su territorio, para la planificación turística”, resaltando en muchos la necesaria “cooperación de las comunidades organizadas en instancias del poder popular y demás formas de participación, en concordancia con los lineamientos dictados por el Ministerio del Poder Popular con competencia en turismo, así como destinar recursos financieros para tal fin” (LOT 2012: 9); sin embargo, destaca la falta de asignación de recursos para el turismo y la ausencia de voluntad política para llevar adelante dicha actividad (Camacaro 2010).

La citada Ley Orgánica de Turismo (LOT 2012), en sus Artículos 99 y 100 plantea promover el desarrollo de la actividad turística con el resguardo del medio ambiente, exigiendo adicionalmente a los prestadores de servicios y turistas la protección y respeto por las manifestaciones culturales, populares, tradicionales y las formas de vida de la población.

De igual manera, el Artículo 62 de la Ley Orgánica del Poder Público Municipal (2005) establece que, “los municipio con vocación turística dictarán los planes locales de turismo para promover y desarrollar esa actividad conjuntamente con los sectores público y privado en sitios de interés turístico;” en este sentido,

“la actividad turística ha de ser concebida en todo momento como un medio, más que como un fin en sí mismo, que puede coadyuvar, junto con otras actividades económicas, a la consecución de mayores niveles de desarrollo económico y social de la población local”.

Este entramado legal permite establecer las bases para que el turismo sea una importante fuente de desarrollo sostenible y por ende de contribución al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades, con una visión sostenida, que conlleva la conservación del patrimonio natural y cultural.

La conservación patrimonial promueve en los habitantes la identidad, y reviste particular importancia para generar un profundo sentido de pertenencia, de arraigo y continuidad en las costumbres y tradiciones propias de cada región, sobre todo cuando dentro de la sociedad los valores particulares se están perdiendo o están siendo sustituidos y unificados, producto del predominio e implantación en el medio, de una cultura dominante, marcada en ideas globalizadas como parte de una “aldea global” (modelo ideal), donde constantemente se está secuestrando, toda diferencia particular de identidad como pueblo con vida propia.

La incorporación de los recursos culturales con mayor posibilidad de desarrollo a la actividad turística, es una de las mejores alternativas para la puesta en valor del patrimonio cultural de los pueblos bajo el principio fundamental de desarrollo sostenido, por medio de actividades que le aporten un sentido utilitario. En este sentido y según la UNESCO (1989 s/p); “se hace indispensable integrar los recursos culturales a la vida social, económica científica, cultural y turística de la región ya que es la integración a estos ámbitos lo que asegurará a lo largo del tiempo su protección y conservación para las generaciones futuras”.

Planteamientos similares sobre medidas proteccionistas y de resguardo, se recogen en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV 1999) cuando expresa en sus artículos (Artículo 99: 29-40) “los valores de la cultura constituyen un bien irrenunciable del pueblo venezolano y un derecho fundamental que el estado fomentará y garantizará procurando las condiciones, instrumentos legales, medios y presupuestos necesario” y “el Estado garantizará la protección y preservación, enriquecimiento, conservación y restauración del patrimonio cultural tangible e intangible y la memoria histórica de la Nación”, siendo estos bienes nacionales “inalienables, imprescriptibles e inembargables”.

En este sentido, se puede decir que, tanto a nivel nacional como internacional existen diversas iniciativas dirigidas a la conservación y utilización de los bienes de interés histórico y cultural (arquitectónicos), enfatizando la formación de valores y desarrollo de costumbres en los ciudadanos, lo que se traduce en la valorización constante de los destinos turísticos.

Todo esto se conjuga en el patrimonio, entendido como el legado conformado a lo largo de la historia por las generaciones precedentes, las cuales dejaron una herencia tangible e intangible, esto es, el conjunto de bienes de valor histórico, que una nación, ciudad, grupo o persona posee como herencia material y espiritual (Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural 1993).

Parte de éste legado de bienes heredados del pasado, se encuentra en la ciudad de Los Puertos de Altagracia, capital del Municipio Miranda del Estado Zulia, localizada en el extremo norte de la Costa Oriental del Lago de Maracaibo, y cuyo centro urbano data de 1529 (Oldenburg 1975) y está integrado por edificaciones de uso residencial, religioso, comercial, recreacional y turístico, que guardan numerosas reliquias del pasado.

En la Gaceta Oficial N° 32.201 de fecha 02/04/1981, el casco urbano de Los Puertos de Altagracia, fue decretado:

“Sitio de Valor Histórico Nacional”, dadas las “características de gran valor ambiental, tradicional e histórico que lo hacen merecedor de ser conservado como referencia urbanística de particular contenido y más cuando en ese lugar se desarrolla rápidamente un gran centro industrial que puede afectar las estructuras existentes”.

Igualmente el Instituto de Patrimonio Cultural (IPC), en el Primer Censo del Patrimonio Cultural Venezolano publicado en el catálogo de Patrimonio Cultural Venezolano (ZU14 2004-2006), identificó, registró y reconoció 206 recursos culturales como patrimonio cultural de Los Puertos de Altagracia, tanto tangibles como intangibles, no solo en la poligonal del casco histórico declarado, sino también en el ámbito del contexto del Municipio Miranda (Anexo I).

Toda esta riqueza patrimonial heredada del pasado data de la Conquista de los Hispanos, posteriormente de la época de la independencia y la República, contando con una serie de hechos y vivencias que nos han permitido generar señales de identidad propias de un pueblo, únicas e irremplazables, siendo Los Puertos de Altagracia una de las ciudades pioneras en la presencia patrimonial urbanística histórica, artística y religiosa del estado Zulia, como también con tradiciones y costumbres que merecen la pena recopilar y poner en valor como una forma de mantener viva la herencia para las futuras generaciones, preservando sus principios de identidad a través de su historia, costumbres y tradiciones dentro de un mundo globalizado

La investigación se estructuró en siete (7) capítulos y en cinco (5) fases de la metodología que se relacionan con los objetivos específicos como se explica a continuación:

En el capítulo primero, correspondiente con la fase 1, se describe la problemática existente, la justificación los objetivos, y se delimita la investigación.

En el capítulo segundo y tercero conforman la fase 2, el capítulo segundo desarrolla el marco teórico en el cual se abordan los antecedentes de investigaciones previas relacionadas con el tema y las bases teóricas que contemplan la revisión bibliográfica, donde se plantean y conceptualizan definiciones que sustentan y dan apoyo teórico al estudio.

El capítulo tercero, plantea la estrategia metodológica para la aplicación de los diferentes instrumentos de recolección de datos de las distintas unidades de análisis o poblaciones y muestra a ser estudiadas, así como la operacionalización de las variables de estudio.

El capítulo cuarto y quinto corresponden con la fase 3, el primero desarrolla el marco territorial, a partir del diagnóstico que incluye la caracterización del frente de agua y casco histórico, los elementos de la superestructura turística que regula, dirige y gestiona las actuaciones para: identificar, mantener y preservar el Patrimonio Cultural, la identificación de los recursos existente en el casco histórico y frente de agua como parte del producto turístico a ofertar con el apoyo de fichas y la técnica de la observación en campo.

En el quinto capítulo, se definen los elementos caracterizadores de la comunidad residente y su opinión hacia la actividad turística, el perfil de la demanda. Tomando como base la información obtenida con el apoyo de los instrumentos aplicados a las unidades de análisis se concreta el diagnóstico situación por medio del análisis de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO).

En el capítulo seis, correspondiente con la fase 4, se determinan mediante la consulta a experto y desde el consenso pluriactoral (DELPHI), la validación de las potencialidades y estrategias para la puesta en valor turístico del frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altagracia y finalmente.

El capítulo séptimo, correspondiente con la fase 5, presentan las conclusiones, recomendaciones y aportes de la investigación.

CAPITULO 1

NATURALEZA DEL PROBLEMA INVESTIGADO

Problema, Justificación, Objetivos y Preguntas, Tipo y Diseño de Investigación, Población y Delimitación

En este Capítulo 1 que se corresponde con la Fase 1, se acentúan las bases de la problemática a investigar en el contexto del territorio definiendo el planteamiento del problema, los razonamientos que justifican la investigación, los objetivos y las interrogantes que guían el análisis el tipo y diseño de la investigación y la delimitación o alcance que tendrá.

1.1 Problema

Según el pre-inventario realizado por el Instituto de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad del Zulia (IFAD-LUZ, 1996) y el Instituto de Patrimonio Cultural, para la realización del diagnóstico del área del casco central de Los Puertos e Altagracia, se determinó que existían 136 inmuebles con valor patrimonial, de los cuales cinco (5) son espacios públicos y el resto edificaciones donde el gran bruto lo representan las viviendas tradicionales zulianas, que ascienden a ciento veintiséis (126), “lo cual implica una alta concentración de bienes patrimoniales, tal vez la más alta en el Zulia” (PDUL Altagracia 1996).

Si bien existe desde 1981 un decreto de declaratoria por parte de La Junta Nacional Protectora y Conservadora del Patrimonio Histórico y Artístico de la Nación, para el casco histórico como “Sitio de Valor Histórico Nacional” (Gaceta Oficial Nº 32.201 de fecha 02/04/1981) dadas las “características de gran valor ambiental, tradicional e histórico” que presenta, no es menos cierto que actualmente el conjunto urbano de valor patrimonial presenta un alto nivel de deterioro en muchos de los edificios patrimoniales o se encuentran en abandono, ocasionando la destrucción parcial o total de los mismos, lo cual trae como consecuencia la pérdida irreparable del patrimonio heredado. “cuando el deterioro produce daños irreparables, se logra fácilmente la demolición total y se levantará en el mismo sitio algo más rentable, ¡más dinero!” (Junta Nacional Protectora y Conservadora del Patrimonio Histórico y Artístico de la Nación, Decreto 1981: s/p).

Aunado a esto, existe un cierto estancamiento de la economía local a pesar de que Venezuela es un país petrolero y de contar con la presencia desde finales de los años sesenta (60) en el Municipio Miranda con las instalaciones del Complejo

Petroquímico de El Tablazo (Hoy Ana María Campos), empresa dedicada al procesamiento de crudos al igual que el Puerto Terminal de Embarque de Petróleo “Puerto Miranda” ya que según estudios y proyecciones económicas no han tenido el impacto esperado en el crecimiento económico, ni demográfico y por consecuencia en el crecimiento espacial.

El avanzado proceso de deterioro presente en el casco histórico de la ciudad obedece por una parte, a los bajos niveles económicos de sus habitantes y por la otra, al desconocimiento y falta de identificación del altagraciano con sus valores histórico culturales y turísticos. Decía Uslar Pietri (en Buitrago 2000: 4), “en Europa un niño aprende caminando por las calles, simplemente viendo las fachadas de su barrio” igualmente, “Para el que habita la ciudad, cada rincón, cada edificio es parte de su propia historia, para el turista visitante es la esperanza de vivir, de encontrar algo distinto, de conocer y sentir nuestra historia” (Pineda en Buitrago 2000: 5).

Complementa toda esta problemática, el planteamiento formulado en el estudio sobre la Conservación y Renovación Urbana del Área de Valor Histórico de la Población de Altagracia, del Ministerio de Desarrollo Urbano (1988: 44) cuando dice:

“Igualmente ocurre con las edificaciones de uso recreacional, van en deterioro de sus características físico-espaciales, sumándose a esto la anarquía y diversidad de anuncios publicitarios, el desorden de los tendidos eléctricos y telefónicos y al fomento en el sector de usos no conformes y nuevas edificaciones que amenazan la estructura original y alteran la nobleza del paisaje urbano altagraciano”.

Esta situación expresa que el patrimonio cultural se encuentra amenazado no solamente por el abandono y falta de mantenimiento del mismo, sino también por la ausencia de sensibilización cultural y desvalorización del mismo por parte de los habitantes e instituciones públicas que tiene inherencia directa en la materia.

Idea que se refuerza por el planteamiento de Ferrer (2012) cuando señala que: “En América Latina y Venezuela la pérdida del patrimonio se debe a varios factores, entre los que destacan dos (2) como los más importantes: la falta de interés y la ausencia de una conciencia conservacionista”.

A pesar que la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV 1999) y las Leyes, promueven el desarrollo de la actividad turística y se han realizado esfuerzos en el rescate rehabilitación y conservación de los recursos y bienes patrimoniales de la nación por parte del Instituto del Patrimonio Cultural (IPC), centrando sus esfuerzos en la identificación y divulgación del patrimonio nacional; sin embargo, las instituciones y los autores políticos muchas veces

desconocen el mandato y el inmenso potencial del patrimonio, actualmente descuidado y desvalorizado y que puesto en valor, puede coadyuvar al desarrollo sostenible, evitando en muchos casos su sustitución por nuevas construcciones alterando el perfil de las edificaciones con legado histórico como identidad local.

Es por tanto que, como parte fundamental de toda esta problemática y que contribuye directamente en el deterioro de las edificaciones patrimoniales y la valoración en la ausencia de acciones concretas de la municipalidad al no contar con el diseño de una política seria (menos discurso y más acción) que permita el resguardo y protección de estas edificaciones, ya que hasta ahora solo han realizado escasos esfuerzos en función de problemas específicos y puntuales sobre algunos bienes, por no contar con una visión amplia de los problemas, los resultados expresan deficiencia en la planeación de estrategias y de acciones concretas para la conservación del patrimonio. Planteamiento que se sustenta dado el hecho de que existe un Plan de Desarrollo Urbano Local de Los Puertos de Altagracia (PDUL Altagracia), desde 1996, el cual destaca el carácter “patrimonial-turístico de Altagracia”, y por falta de consulta a la comunidad local e interés de los actores políticos nunca se ha impulsado su aprobación.

Sin embargo, la puesta en escena de los elementos patrimoniales como atractivo turístico es un complejo proceso, no exento de problemas y consecuencias. El turismo necesita al patrimonio cultural, ya que cada vez es mayor el denominado turismo de intereses especiales. Y por otro lado, el patrimonio cultural necesita el turismo, en el sentido de rentabilidad económica, generador de empleos y de ingresos que disminuyan el aporte económico y la dependencia de las instituciones públicas.

El patrimonio cultural es un elemento integrador de planificación local, su utilización como recurso turístico es fundamental en cualquier estrategia de desarrollo sostenible. Una gestión sostenible debe viabilizar que la puesta en valor turístico del patrimonio cultural para el disfrute turístico no signifique una descontextualización de los elementos culturales, una excesiva comercialización de la cultura, una caricatura estereotipada de las personas participes de la cultura. Pero a la vez una gestión sostenible del patrimonio, no implica necesariamente una actitud excesivamente conservadora, hasta el punto de que las culturas puedan parecer elementos estáticos, ancladas en un pasado idílico (Méndez R. 2009).

Es evidente que el turismo concebido desde la sostenibilidad puede jugar un papel muy importante para la puesta en valor de este conjunto urbano que incluya

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

tanto la trama fundacional como el frente de agua y la formación de la comunidad para que se complemente con su entorno socio-cultural. Según el estudio realizado por el Instituto de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura de LUZ (IFAD 1997), se sugieren la creación de un Centro de Interpretación Patrimonial, para la divulgación de sus valores, el rescate y desarrollo del sentido de pertenencia de la comunidad.

1.2 Justificación de la Investigación

El impacto que el turismo han tenido en el mundo moderno, como una actividad en un constante cambio tecnológico, ha demostrado ser un instrumento, dentro de los distintos ámbitos sociales y profesionales, básico para el desarrollo del ser humano, parte fundamental de ello lo conforma la cultura inmersa toda en una sociedad cada día más dinámica y cambiante.

La elección del área y tema de investigación responde en primer lugar, a la necesidad como habitante de Los Puertos de Altagracia de aportar un granito de arena a la conservación, divulgación y valoración del patrimonio cultural latente en las tradicionales calles del pueblo que hablan de un pasado glorioso a esta generación, al existir un vacío en cuanto al estudio del patrimonio cultural de Los Puertos de Altagracia como potencial de oferta y demanda turística, a pesar de poseer su declaratoria como “*sitio de valor histórico*” y de haber mantenido unos losos importantes con la fundación y poblamiento de la ciudad de Maracaibo.

Esta investigación es una propuesta dirigida a las tres (3) instancias de gobierno del territorio y a la población residente como a los futuros visitantes, dada la presencia del potencial que se encuentra abandonado y para la puesta en valor turístico que permita el rescate del Patrimonio Cultural latente dentro del casco histórico y frente de agua de la ciudad de Los Puertos de Altagracia que merecen ser conservados y motivar a los habitantes del sector, haciendo énfasis en la identidad regional, su arquitectura edificada, su arte, sus tradiciones, su imagen urbana y de ciudad puerto, así como fomentar y fortalecer en la población, una actitud favorable para reconocer, conservar, proteger y valorar el patrimonio heredado a través del turismo, e interesar a otros organismos en la protección del sector, promoviendo acciones desde la comunidad.

La presente investigación tiene como finalidad práctica proponer una metodología (científico-técnica), que permita identificar y evaluar las características de los recursos culturales en la ciudad de Los Puertos de Altagracia, aplicable a otros casos de estudio, estableciendo una selección de los recursos con mayor

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

potencialidades turísticas para su puesta en valor, como materia prima fundamental en el desarrollo y gestión sostenible del turismo cultural.

Igualmente por la complejidad y participación de distintos autores involucrados se propone un método de consulta con visión pluriactoral a través de múltiples cuestionarios dirigidos a diferentes unidades de investigación como son los residentes o habitantes de Altagracia, los visitantes y los expertos o instituciones, permitiendo identificar por el análisis transversal de la información empírica y directa determinar las diferentes potencialidades y estrategias requeridas para lograr poner en valor turístico con sentido de sostenible el frente de agua y el casco histórico de Altagracia, como estudio de campo.

Los resultados obtenidos de la investigación serán un aporte importante para los organismos competentes ya que la información conseguida viabilizará la formulación de políticas inteligentes que faciliten el desarrollo de la actividad turística al ser considerada como una alternativa de desarrollo social, económico y cultural ofreciendo un potencial de oportunidades como es el rescate y valorización del patrimonio tangible e intangible que subrayan la identidad local y nacional, así como para cualquier ente involucrado en el desarrollo del Municipio Miranda. Permitiendo igualmente ser un motor dinámico de la economía local, propiciando la aparición y diversificación de empresas y por ende la generación de empleos mejorando la calidad de vida de los pobladores por medio del turismo. Como una estrategia de diversificar la economía como lo expresa la Carta Magna del año 1999 en su Artículo 310, el turismo pasa a ser una “actividad de interés nacional prioritaria para el país”.

Por otra parte, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (Gaceta Oficial Nº 36.860) le otorga valor a la cultura estableciendo la obligación por parte del estado de proteger el patrimonio cultural, y otorga prioridad al turismo como actividad económica de interés nacional. La Ley Orgánica de Turismo (LOT 2012), destaca la importancia de los estados y municipios en el desarrollo de la actividad turística, como factores estratégicos para el desarrollo socio-productivo y sustentable, haciendo especial énfasis en el turismo como sector de inclusión social, orientando la participación y protagonismo de las comunidades organizadas en instancias del poder popular, igualmente este proyecto aportará información en el cumplimiento de los Artículos 31 y 33 de la Ley, que establece atribuciones a los Municipios de mantener estadística sobre oferta y demanda turística en su territorio (LOT 2012).

En cuanto a la relevancia teórica el mismo pretende contrastar las diferentes teorías sobre la práctica y la planificación turística con visión de sostenibilidad con el material investigado y propuesto como producto de consulta para la elaboración de planes de intervención como orientación en la actividad turística y cultural del municipio.

Finalmente, esta investigación servirá de aporte para otros investigadores en la misma línea de estudio, al proveer información y datos confiables cuantitativa y cualitativamente de los resultados obtenidos en esta investigación, siendo de utilidad oportuna y de consulta para los diferentes agentes turísticos como administradores públicos a nivel local, regional y nacional, así como prestadores de servicios, investigadores, estudiantes, usuarios, entre otros, interesados en el tema del turismo y patrimonio, puesto que será un antecedente o guía para sustentar futuras investigaciones como referencia metodológica en la recolección, procedimiento, análisis y la interpretación de la información manejada. Lo anteriormente expuesto, justifica la realización de la investigación.

1.3 Objetivos de la Investigación

Para Hurtado (2008: 83) “los objetivos permiten dejar en claro la finalidad de la investigación, orientan el devenir del mismo”. Según la misma autora, estos son alcanzados totalmente al final de la investigación. En este sentido, a continuación planteamos de acuerdo con la información preliminar obtenida.

1.3.1 Objetivo General

Identificar las potencialidades y estrategias para poner en valor turístico, con principios sustentables, el patrimonio tangible e intangible del frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altagracia (Municipio Miranda, del Estado Zulia), de tal forma que se constituya en una alternativa de mejorar la calidad de vida de sus comunidades y de la preservación y conservación de su herencia cultural evitando con eso la desaparición como memoria histórica.

Para lograr este objetivo general se plantea los objetivos específicos siguientes:

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Caracterizar el ámbito de estudio en cuanto a su localización, variables medio ambientales y físico-espaciales del frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altagracia.

2. Identificar la superestructura turística que regula, dirige y gestiona las actuaciones para: identificar, mantener y preservar el Patrimonio Cultural del frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altagracia
3. Identificar la oferta potencial y los principales recursos patrimoniales y turísticos, con que cuenta el casco histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia, para la puesta en valor turística.
4. Determinar las características socioeconómicas, socioculturales y la opinión de la comunidad residente, sobre la actividad turística en el frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altagracia.
5. Definir las características del visitante o, perfil de la demanda turística, de Los Puertos de Altagracia, en el municipio Miranda.
6. Elaborar un diagnóstico situacional identificando las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO) de Los Puertos de Altagracia.
7. Determinar, desde el consenso pluriactoral (DELPHI), las potencialidades y estrategias para la puesta en valor turístico del frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altagracia.

1.4 Preguntas de Investigación

Sobre la base de la problemática expuesta y los objetivos planteados la presente investigación responde las siguientes interrogantes que están en correspondencia con los objetivos específicos fases y capítulos:

- ¿Cuáles son las características del ámbito de estudio en cuanto a su localización y según las variables medio ambiental y físico-espacial del frente de agua y casco histórico de la ciudad de Los Puertos de Altagracia?
- ¿Qué elementos de la superestructura turística que regula, dirige y gestiona las actuaciones para identificar, mantener y preservar el Patrimonio Cultural de Los Puertos de Altagracia?
- ¿Cuáles son los principales recursos patrimoniales y turísticos con que cuenta el casco histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia?
- ¿Cuáles son las características socio-económicos y socio-culturales y de opinión de la comunidad residente, sobre la actividad turística en el frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altagracia?
- ¿Cuáles son las características del visitante o, perfil de la demanda turística, de Los Puertos de Altagracia, en el municipio Miranda?
- ¿Cuáles serán las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO) de Los Puertos de Altagracia?

- ¿Cuál será la opinión, desde el consenso pluriactoral sobre, las potencialidades y estrategias para la puesta en valor turístico del frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altagracia?.

1.5 Tipo y Diseño de la Investigación

La investigación, se identificó como analítico-descriptivo bajo la modalidad de campo, dado que se estudian las variables de investigación de forma independiente relacionadas con el turismo sostenible y la puesta en valor del patrimonio cultural, identificando sus características en la realidad, mediante la obtención de datos directamente de fuentes primarias en relación a la demanda, la oferta turística y las características de la población (Hernández, Fernández y Baptista 2010).

Méndez A. (2009: 137) señala sobre el método investigativo analítico-descriptivo que, el estudio permite “identificar características del universo de investigación, formas de conductas y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre las variables de investigación”.

La investigación realizada se cataloga como aplicada que se caracteriza, según Fuentes (en Torres B. et al. 2006: 283) por ser “un conjunto de procesos, dedicados a obtener la información objetiva sobre el entorno y el mercado [...], continuos en el tiempo, siendo una poderosa herramienta para reducir los riesgos e incertidumbre en nuestras actuaciones”.

El manejo de una investigación turística aplicada para Fuentes (2006) es amplia e implica: identificar problemas y oportunidades del mercado; reducir el riesgo de las actuaciones de los gestores turísticos, evaluar diferentes acciones alternativa; evaluación de demanda / oferta turística; estudiar el comportamientos y tipologías o segmentos turísticos; definir la imagen y posicionamiento; evaluar la calidad de productos y servicios; y, definir tendencias y evolución de los mercados turísticos.

Para esta investigación se trata de obtener información, interpretar y analizar datos desde la demanda, la oferta, los residentes y expertos sin referencias previas, para identificar debilidades amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO). Posteriormente se consulta a expertos, a través del Método Delphi, y llegar a un consenso sobre las potencialidades y estrategias para la puesta en valor turística de Altagracia.

Siguiendo a Fuentes, la investigación según su naturaleza es de tipo cuantitativa, y de campo según la fuente-origen de la información

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Los diseños de campo son aquellos que “refieren a los métodos a emplear cuando los datos de interés, se recogen en forma directa de la realidad” (Pelekais y col 2010; 91), en consecuencia, ameritan el traslado del investigador al medio donde estas variables ocurren, en este caso, a las área de estudio como son el casco histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia y del municipio Miranda e interpelar allí a sus habitantes, visitantes, empresas prestadoras de servicios turísticos y funcionarios de la administración pública.

Por su parte, Sabino (2000) sostiene que los estudios de campo son aquellos cuya recolección de datos se basa en fuentes primarias pues se extrae la información en el contexto natural. Su valor radica en que permiten cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenido las situaciones, lo cual facilita su revisión o modificación en caso de surgir dudas.

Igualmente agrega Bavaresco (2004:26) sobre los estudio de campo o “In Situ”, que “se realizan en el propio sitio donde se encuentra el objeto de estudio, lo cual permite el conocimiento más a fondo del problema por parte del investigador”, pudiendo manejar los datos con más seguridad, elemento este seguido en la investigación, “acudiendo a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación la entrevista y los cuestionarios, también pueden utilizar informes y documentos elaborados por otros investigadores” (Méndez A. 2009: 137).

Por tanto esta investigación se fundamentó en un estudio de campo que se estructuró considerando a) el diseño de instrumentos para la recolección de datos, prueba de confiabilidad, método de procesamiento de la información y el procedimiento estadístico para realizarlo y b) los expertos con competencia en turismo e investigadores en el área, así como los relacionados con la administración pública y empresa privada.

Para Arias (2004), el diseño de la investigación es la estrategia adoptada por el investigador para responder al problema planteado; es decir, el procedimiento concebido para obtener la información deseada.

Dado el tipo de datos a ser recolectados el diseño de la investigación es de carácter no experimental, y como señalan Hernández et. al. (2010: 184) al respecto que son las realizadas “sin manipular deliberadamente las variables; es decir, se trata de investigación donde no se varía intencionalmente las variables”, para ello Hernández et al. (2010: 85) explican que, se observa el fenómeno tal y como se da en su contexto natural, para posteriormente ser analizado. Por lo tanto se observan

situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador y las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido.

En esta investigación los datos necesarios fueron recogidos en forma directa de la realidad a través de grupos consultados (Instituciones públicas y privadas, organismos de administración pública, académicas, turistas, habitantes, entre otros.) pertenecientes o relacionadas al Municipio Miranda.

Según la evolución del fenómeno puede tener carácter transeccional o transversal, el carácter transversal se produce porque el estudio se centra para las poblaciones o unidades de análisis en la recolección de datos en momentos y períodos específicos, dado que su propósito es describir las variables y analizar su incidencia en un momento y tiempo determinado (Chávez 2007: 161); y además no “se realizan encuestas repetidas a un mismo turista a lo largo del tiempo” Fuentes (en Torres B. 2006: 288).

Hernández et al. (2010) afirman que, el diseño transeccional descriptivo tiene como objeto indagar la incidencia e interrelación que se manifiestan entre una o más variables, es decir que el tipo de estudio presenta un panorama del estado de las variable e indicadores en determinado momento, para logra el análisis puro de la misma. De acuerdo con lo anterior se puede resumir y afirmar que el diseño empleado en esta investigación es de tipo no experimental, transeccional o transversal.

Para el logro de los objetivos de esta investigación se subdivide en dos (2) secciones la primera correspondiente con el estudio de la oferta (recursos naturales y culturales), habitantes y demanda, y la segunda sección con la consulta a un grupo de expertos relacionados con el área de estudio.

1.6 Procedimiento Metodológico

La estrategia metodológica se estructuró en cinco (5) fases correspondiente a siete (7) capítulos que se relacionan con los objetivos específicos como se explica a continuación:

En la Fase 1 correspondiente con el Capítulo 1, Naturaleza del problema, realizado el análisis de partida por medio de consultas previas, se procedió a plantear y formular el problema, tomando como referencia la observación directa y las entrevistas precursoras en el propio sitio de estudio con el apoyo de los miembros donde se realizaría el estudio, así como las consultas teóricas requeridas sobre lo que se quería investigar. Determinando los síntomas y las posibles causas del problema, generando con ello las variables del estudio emprendido. Definido el

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

problema se procedió a justificar la importancia de la investigación y su pertinencia, se formularon los objetivos respectivos según las necesidades investigativa de lo que se quería lograr.

Se delimitó en espacio y tiempo el estudio, identificando el área geográfica objeto de estudio, enmarcándola en un período establecido de dos (2) años aproximadamente.

En la Fase 2, correspondiente con los Capítulos 2 y 3, Revisión Documental, Turismo Sostenible, Planificación y Patrimonio Cultural, en relación al Capítulo 2: Marco Teórico, se realizó una indagación sobre los antecedentes relacionados con la problemática en estudio, se desarrolló el marco teórico en función de los objetivos específicos, variables dimensiones e indicadores, para ello se revisó y seleccionó material literario existente en diferentes lugares, relacionado con las variables.

El marco teórico se desarrolló, manteniendo la objetividad o posición de los autores, empleando el análisis crítico, manejado en término de un lenguaje técnico, preciso, sencillo así como apropiado para la explicación respectiva de las variables y los diferentes juicios emitidos. Se hizo empleo de citas de diferentes autores para darle validez teórica y confiabilidad en función de los objetivos propuestos y de las variables e indicadores.

Dentro del Capítulo 3, Estrategia Metodológica para la Aplicación Instrumentos, se definieron los aspectos metodológicos para guiar la investigación y aplicación de instrumentos determinando la población y muestra para cada unidad de análisis y la técnica de recolección de datos.

Se construyó la tabla de “operacionalización de la variable” y se realizaron las preguntas pertinentes, se revisaron, corrigieron y posteriormente aprobadas fueron sometidas a la validez por cinco (5) expertos.

En la Fase 3, Diagnóstico Situacional, correspondiente con los capítulos 4 y 5, dentro del Capítulo 4, que incluye los tres (3) primeros objetivos específicos donde se analiza el territorio caracterizando el ámbito de estudio en cuanto a su localización y según las variables medio ambiental y físico-espacial del frente de agua y casco histórico de la ciudad de Los Puertos de Altagracia, igualmente los elementos de la superestructura turística que regula, dirige y gestiona las actuaciones para identificar, mantener y preservar el Patrimonio Cultural del espacio territorial, se determinaron cuáles son los principales recursos patrimoniales y turísticos (oferta turística potencial) con que cuenta el casco histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia.

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

En cuanto al Capítulo 5 correspondiente con los objetivos 4, 5 y 6 se indagaron los resultados en cuanto a las características socioeconómicas y socioculturales y de opinión de la comunidad residente, sobre la actividad turística en el frente de agua y casco, al igual que definir las características del visitante o, perfil de la demanda turística. Partiendo de la información documental y los primeros resultados de los cuestionarios aplicados se derivó cuáles son las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO), y en el que dieron como resultado un análisis del ambiente tanto interno como externo para determinar las potencialidades y estrategias turísticas con que cuentan Los Puertos de Altagracia (Figura 1).

En la Fase 4, Potencialidades y Estrategias Turísticas, resultado de la consulta pluriactoral, correspondiente con el Capítulos 6 y el objetivo 7 para lo que se procedió a consultar un grupo de experto para validar los resultados sobre las potencialidades y estrategias con que cuentan Los Puertos de Altagracia para la puesta en valor de su casco histórico y frente de agua.

En la Fase 5, correspondiente con el Capítulo 7 se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación (Figura 1).

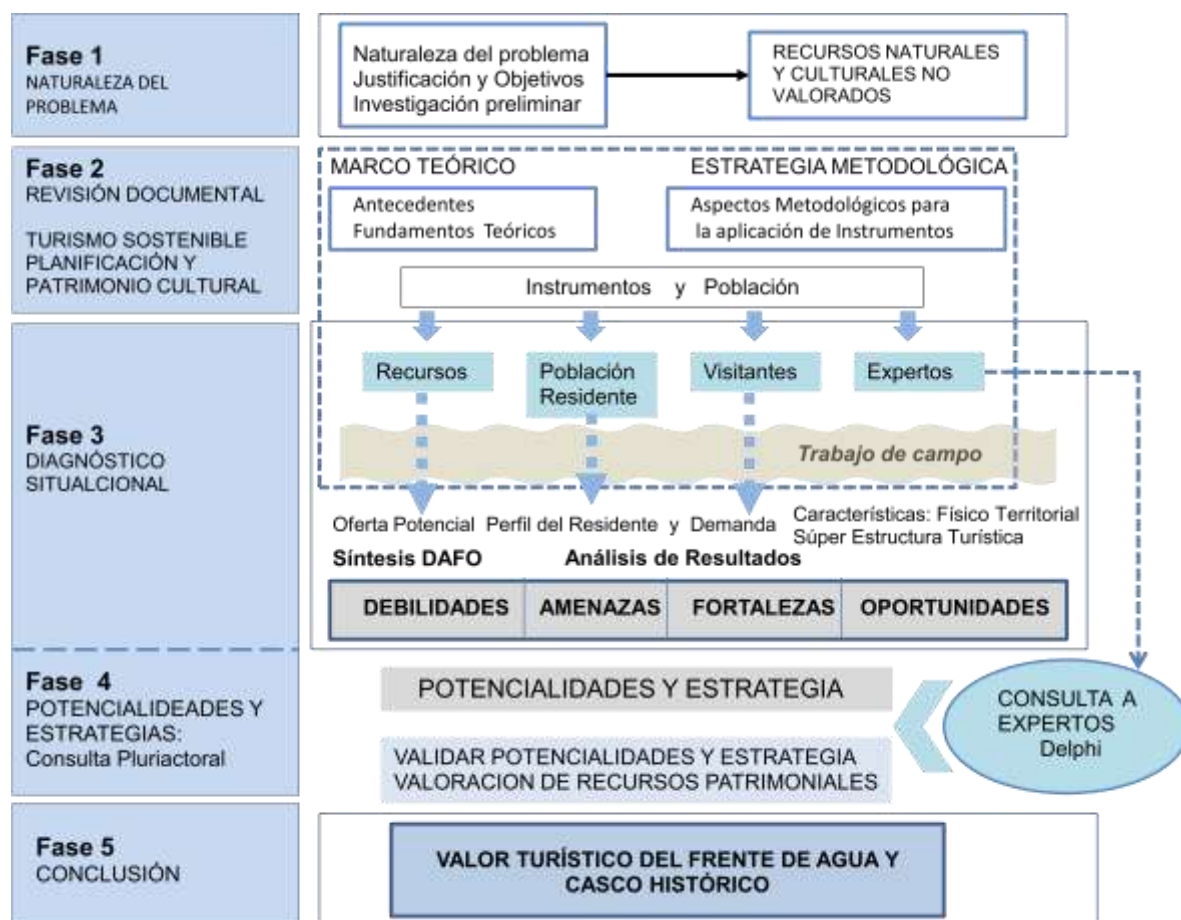


Figura 1. Fases de la Investigación.

Fuente: Elaboración propia 2013.

1.7 Población y Delimitación de la Investigación.

Los Puertos de Altagracia población ubicada frente al Lago de Maracaibo, es el núcleo fundacional y capital del Municipio Miranda el cual forma parte de los 21 municipios del Estado Zulia. Se encuentra emplazado en la Sub-Región Costa Oriental del Lago de Maracaibo, ocupa una extensión territorial de mil novecientos sesenta y seis kilómetros cuadrados (1966 km²) y una división política territorial conformada por cinco (5) parroquias, cuenta con recursos naturales y culturales de relevancia que pueden ser puestos en valor para el desarrollo del turismo.

La parroquia Altagracia posee una población de cincuenta y tres mil novecientos ochenta habitantes (53.980 hab) de los noventa y siete mil doscientos treinta y uno habitantes (97.231 hab) con que cuenta el Municipio Miranda según el Instituto Nacional de Estadística (INE, Censo 2011). Dentro de esta extensión territorial su capital Los Puertos de Altagracia, se encuentran ubicados el Frente de Agua y el Casco Histórico de la ciudad, enmarcado por una poligonal que posee un ámbito territorial de veintidós hectáreas (22 ha), conformado por espacios declarantes del desarrollo histórico arquitectónico y urbano de la ciudad donde existen inmuebles construidos, y que muchos de ellos datan de la época colonial con más de doscientos (200) años de construcción, mayoritariamente de uso residencial y habitados casi en su totalidad, donde funcionan los poderes públicos Municipales, encontrándose también espacios públicos de interés (PDUL Altagracia 1996).

En éste centro se produjo el poblamiento y fundación de Altagracia primero como puerto, años más tarde como pasaje obligado desde los primeros pobladores de Maracaibo y Coro, hasta que se establece como Villa (Strauss 2000).

La población de esta investigación estuvo constituida por cuatro (4) unidades de análisis las cuales son: La primera, corresponde al estudio de los elementos de la oferta potencial, dentro de la poligonal del Casco Histórico declarado como sitio de valor histórico y frente de agua, la segunda unidad de análisis lo conforman los habitantes del casco histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia, la tercera unidad de análisis la constituyen los turistas o excursionistas que ingresan al Municipio Miranda y la cuarta unidad de análisis o población de estudio corresponde a los diferentes expertos en turismo o relacionados con el área de estudio, para lo cual se implementó / utilizó el Método Delphi. Población que será especificada en el Capítulo 3.

El presente estudio permitió por su ubicación un alcance sectorial, el mismo se realizó sobre el estudio de las potencialidades y estrategias turísticas sostenibles para valorar y dinamizar el patrimonio cultural tangible e intangible del casco histórico y frente de agua de la población de Los Puertos de Altagracia, Municipio Miranda del Estado Zulia., decretado “sitio de valor histórico”, según Gaceta Oficial N° 32.201 de fecha 02/04/1981. El período de tiempo estimado fue de dos (2) años comprendido entre el mes de Febrero de 2012 hasta el mes de enero de 2014. Basado dentro de un enfoque del desarrollo del turismo sustentable con varios autores entre los cuales se destacan: Casasola (2002), Caraballo (1994), Capece (1997), Organización Mundial del Turismo (OMT) (1999), Troitiño (2002, 2006), Boullón (2003), Molina (2003), Ayuso (2003), Acerenza (2005), Torres (2005), Fernández (2005), Vera et al (2011), Pulido y Sáez (2011), Pérez (2011), entre otros (Anexo I).

Esta investigación no abarca el análisis externo, es decir de mercados potenciales ni estudios de competitividad del destino, estos están propuestos para futuras investigaciones.

CAPITULO 2

MARCO TEÓRICO: TURISMO SOSTENIBLE PLANIFICACIÓN Y PATRIMONIO CULTURAL

Casco Histórico, Frente de Agua

Sobre la base de apoyar la fundamentación teórica de la presente investigación, se hizo necesaria la realización de una exhaustiva revisión de fuentes de información y documentación relacionadas con las variables sobre el turismo sostenible, el patrimonio cultural del casco histórico y frente de agua, para la puesta en valor. Es importante mencionar que, las fuentes consultadas como antecedentes correspondieron a estudios realizados en el Estado Zulia, y los cuales guardan relación tanto metodológica como de contenido con el tema investigado, sobre todo por la vinculación con la conservación del Casco Histórico Patrimonial Natural y Cultural. Los antecedentes se representan ordenadas cronológicamente.

2.1 Antecedentes de la Investigación

Una investigación que desarrolló una metodología para la **Valoración del Patrimonio Edificado**, se puede citar el trabajo de investigación realizado por Barrios (1995) titulado “Propuesta Metodológica de Catalogación del Patrimonio Cultural Edificado del Área Urbana de Cabimas”, cuyo objetivo era una conservar la herencia existente, siendo una referencia metodológica para esta investigación.

La finalidad de este trabajo era predeterminar los elementos significativos de las edificaciones e identificar algunos de los bienes que conforman el patrimonio cultural edificado del área urbana de Cabimas del Estado Zulia, y con ello lograr la valorización de su herencia cultural. El encuadre teórico está fundamentado en teorías que contribuyen a enmarcar las acciones y actuaciones sobre el Patrimonio Histórico Cultural Edificado como: El Proyecto Gran Caribe (México. 1987-1990). Patrimonio Cultural según Canclini (1987), Congreso Ámsterdam Europa (1975), entre otros.

El tipo de investigación es descriptiva, y se estructuró en cuatro (4) etapas, a saber: Revisión Literaria, Operación Pre-inventario, Modelo de Inventario y Catalogación, por medio de una técnica de observación directa simple, del objeto de estudio, permitiendo inventariar, cuantificar o realizar descripciones cualitativas, se utilizó para las visitas al sitio como instrumento la ficha técnica, obteniendo la información directa de la realidad, estableciendo así la catalogación respectiva como: ubicación, condiciones de la edificación, valoración, medios de acceso, uso

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

entre otros, esta investigación empleó como población objeto de estudio la conformada por edificaciones patrimoniales del área urbana de Cabimas.

Logrando establecer un registro de catorce (14) inmuebles seleccionados según la trascendencia histórica de las edificaciones así como las áreas de mayor densidad en obras a proteger, siendo símbolos significativos a través de los años como Bienes Patrimoniales Culturales Edificados de la Ciudad de Cabimas del Estado Zulia y, establecer una información actualizada del estado y condiciones del patrimonio.

Como un aporte para esta investigación destaca la elaboración del Banco de Datos de los Bienes que conforman el patrimonio, así como el crear una herramienta metodológica de valoración y jerarquización de los registros patrimoniales edificados de la ciudad de Cabimas de la con el fin de difundir y preservar los inmuebles registrados.

Dentro del campo relacionado con las **potencialidades turísticas**, para su desarrollo fue importante hacer referencia al estudio realizado por Padrón (1999), titulado “Estudio de las Potencialidades del Municipio Miranda como Base para la Promoción de su Desarrollo”. El objetivo fundamental de la investigación consistió en determinar las potencialidades del Municipio Miranda a nivel empresarial, las cuales permiten promover su desarrollo, determinando las características de cada parroquia y del sector empresarial. Los autores manejados por Padrón para sustentar su estudio se encuentran entre otros: Kotler (1994), Stanton, .Etzel y Walker (1992), PDUL Altagracia (1996), CENSO 90 OCEI.

El tipo de investigación es exploratoria, el método es de campo. La población de estudio la determinó el número de habitantes de las cinco (5) parroquias del Municipio Miranda. Seleccionando una muestra no probabilística, conformada por treinta y dos (32) líderes representativos de las comunidades, se observaron un mil seiscientos noventa y dos (1692) empresas.

Las conclusiones a las cuales se llegó, permitió describir las características físicas, económicas y humanas de cada parroquia del Municipio Miranda, definir el sector empresarial y describir potencialidades por áreas, para proponer recomendaciones y acciones que promuevan su desarrollo.

Se debe destacar del mencionado estudio, como factor relevante y de gran potencialidad e importancia para el desarrollo del municipio el área del Turismo Colonial, ubicado en Los Puertos Altagracia, para lo cual recomendó promover la formación, adiestramiento y promoción de este recurso cultural entre los habitantes,

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

lo que convierte a esta investigación en una obligada referencia dado el aporte realizado dentro de la población del Municipio Miranda.

Otra investigación para ser abordada como un producto teórico y metodológico de campo para el estudio del **turismo cultural y el casco histórico**, es la investigación realizada por Luna (1999), titulada “Patrimonio Cultural, Recorrido y Circuitos Turísticos. Estudio de Caso: Casco Central de Maracaibo”. Esta investigación tuvo como propósito estudiar los atractivos del Patrimonio Cultural del Casco Central de Maracaibo para la elaboración de recorridos y circuitos temáticos dirigidos a distintos segmentos de la demanda turística, que sirvan de base para la estructuración de productos turísticos diversos, contribuyendo así a la consolidación de la actividad turística en el Municipio.

La investigación se sustentó en la importancia que ha adquirido para el mercado turístico el Patrimonio Cultural, debido a las nuevas tendencias y motivaciones de la demanda turística mundial y, fundamentadas por los planteamientos de: Casasola (1990), Vargas (1986), UNESCO (1972), la Comisión Mundial del Ambiente Manila (1987), entre otros, donde los elementos culturales pertenecientes a las comunidades locales son la base y la razón del desplazamiento turístico.

La metodología empleada para el tipo de investigación fue la descriptiva de campo, del Casco Histórico de Maracaibo como objeto de investigación, Se utilizaron fichas de registro para el inventario de ciento dieciocho (118) atractivos, por medio de la técnica de observación directa, además de guías de entrevistas estructuradas y no estructuradas, a ocho (8) representantes del sector cultural y municipal con inherencia en el Casco Central de Maracaibo.

El análisis de los datos se realizó por medio de la estadística descriptiva a través de los indicadores de variables. El diagnóstico mostró que en el Casco Central existe una cantidad suficiente de atractivos para satisfacer a distintos segmentos de la demanda turística. El resultado de la investigación produjo el diseño de seis (6) recorridos y un (1) circuito temático, los cuales, constituyen solo una parte de la gran variedad de modalidades en que se pueden conformar dichos recorridos y circuitos turísticos.

Este estudio propone, como un valioso aporte para esta investigación la creación de diferentes recorridos y circuitos turísticos múltiples delimitados, los cuales sirven de base para la estructuración de productos turísticos diversos, a través de la implementación de una gestión integral compartida de los distintos

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

autores para la valorización del Patrimonio Cultural Edificado en las ciudades históricas.

Otra investigación que sirve de antecedente dado el diagnóstico del **frente de agua costero**, realizado por Escobar (1999) denominada: “Recuperación de la Franja Costera de Altagracia con fines Turísticos-Recreativos, del Municipio Miranda”. Su objetivo es elaborar una propuesta de gestión para el desarrollo turístico-recreativo de la franja costera de Altagracia, con el fin de contribuir con el bienestar social y económico de la población local y foránea, crear nuevas fuentes de trabajo y mejorar la calidad ambiental.

La investigación se sustentó en los lineamientos de planes establecidos por el Centro de Investigación de la Facultad de Arquitectura a través de Plan de Desarrollo Urbano Local (PDUL) de Altagracia, por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), así como en las teorías de desarrollo de Meléndez (1997), Pineda (1995), entre otros autores.

Metodológicamente la propuesta de gestión se desarrolló en tres (3) momentos tomando en cuenta la participación institucional y ciudadana para lograr su viabilidad política, financiera, social, cultural e institucional organizativa. El tipo de investigación fue descriptiva de campo, con un diseño de caso simple, tomando como área de estudio la franja costera comprendida desde la Ciénaga El Buque, hasta la Ciénaga La Salina, de la Parroquia Altagracia Municipio Miranda del Estado Zulia, encontrándose dentro de esta área varios espacios urbanos públicos y naturales como objeto de investigación.

Como conclusión se planteó la recuperación de la Franja Costera de Altagracia con fines Turísticos Recreacionales, por medio del desarrollo sostenido mejorando la necesidad de la población y ocasionando el menor daño al medio ambiente, referencia que es un aporte para esta investigación dada la coincidencia del área de estudios.

Es importante como antecedente para esta investigación en el campo de los **recursos culturales** el estudio de Castejón (2003), titulado “Propuesta de un Instrumento Técnico Metodológico para la Evaluación de los Recursos Culturales con Potencialidad Turística en el Ámbito Municipal”.

El trabajo tuvo como objetivo general “elaborar un instrumento técnico metodológico para la identificación y evaluación intrínseca de los recursos culturales con potencialidades turísticas, del municipio Maracaibo del Estado Zulia”. Mediante

el estudio de campo se identificaron los criterios técnicos utilizados por las instituciones del municipio encargadas de la planificación de la actividad turística.

En la investigación se aplicó un primer cuestionario para medir las potencialidades, dirigido a los gerentes de las instituciones públicas y privadas y un segundo cuestionario, dirigido a 16 especialistas en turismo, obteniendo como resultado un listado de características con las que se elaboró un formato de evaluación de los recursos culturales. Estos resultados constataron la falta de criterios sustentables para la selección de recursos culturales incorporables a la oferta turística de la localidad.

Como aporte para la presente investigación se pudo constatar la metodología empleada para la evaluación e identificación de las potencialidades turísticas intrínseca de los recursos patrimoniales y culturales del municipio Maracaibo del Estado Zulia siendo un modelo para la presente investigación.

No se puede dejar de cita como última investigación relacionada con la **Gestión turística Patrimonial** la realizada por Millano (2008), titulado “Propuesta de Gestión del Patrimonio Cultural del Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia para su Desarrollo Turística”.

Este trabajo se centró en el diseño de una gestión turística del patrimonio cultural del casco histórico, para el desarrollo del turismo en Los Puertos de Altagracia, Municipio Miranda del Estado Zulia. Para el logro de este propósito, se realizó una investigación de tipo analítico-descriptiva, basada en la revisión documental y trabajo de campo, el cual se estructuró en tres (3) etapas, de revisión documental, diagnóstico, y la tercera de formulación de la propuesta de gestión turística; gestión esta que se definió como un proceso realizado en tres (3) fases, las cuales son: la planificación de la gestión, el consenso entre los actores y la ejecución de la propuesta de gestión.

Como potencialidades resumidas por esta autora e insumos para esta investigación plantea que la oferta del Casco Histórico es predominantemente cultural, presenta pocas facilidades turísticas, las vías de acceso y comunicación se encuentran en buen estado, y propone la necesidad de establecer una gestión para promover el turismo cultural en la región.

2.2 Fundamentos teóricos

La investigación se sustenta en los diferentes aspectos relacionados con la construcción teórico-conceptual del turismo, las tendencias actuales y el sistema turístico. Igualmente se maneja la conceptualización de desarrollo sostenible y su

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

aplicación al turismo. Posteriormente se prosigue con un basamento sobre la planificación, la planificación estratégica hasta proponer la planificación del turismo urbano cultural. Por otra parte se manejan los conceptos de patrimonio cultural para luego integrarlas con el turismo sostenible como una forma de valorar los recursos históricos del área territorio del Casco Central y frente de agua de Los Puertos de Altagracia (Figura 2).

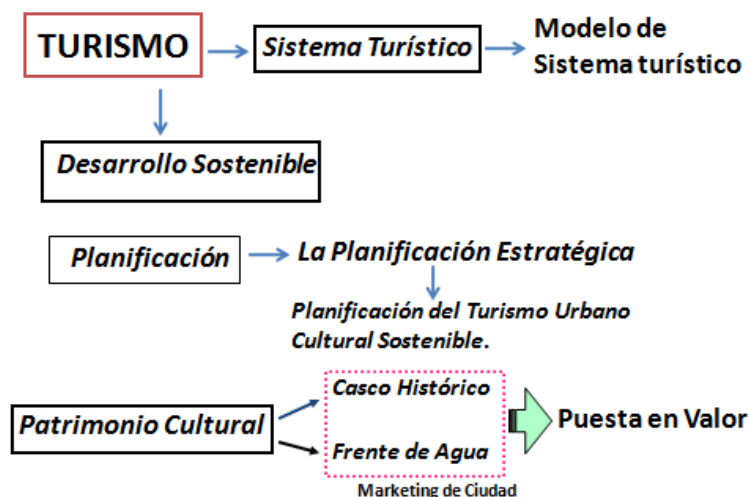


Figura 2. Esquema de desarrollo del planteamiento teórico-conceptual.

Fuente: Elaboración propia 2013

2.2.1 Naturaleza y Aspectos del Turismo

Contemplando el turismo globalmente, este fenómeno social presenta al menos tres (3) características que le son propias: su desarrollo contemporáneo, su naturaleza diversa y su estructura compleja. Su origen contemporáneo se asocia a la aparición y desarrollo del turismo como viaje “organizado” y más tarde como fenómeno de masas. El turismo es un fenómeno de naturaleza diversa (social, económica, territorial), y entendido como conjunto de actividades económicas presenta varias singularidades que, en buena medida, obedecen al papel que juega el territorio, en el proceso de producción-consumo turístico. Su naturaleza compleja deriva de la multiplicidad de componentes que lo forman y la interrelación que se establece entre los diferentes factores que evolucionan dinámicamente (Vera J. F. 2011 y Dieskow 2011).

A. Definiciones

Los cambios tecnológicos han posibilitado un progreso social hacia una sociedad del bienestar, donde se consumen bienes y servicios mucho más allá de las necesidades elementales de supervivencias, el turismo los viajes, las experiencias lejos del entorno ordinario, forman parte de este conjunto nuevo de

necesidades de la sociedad industrial, el turismo en la actualidad se entiende como una actividad cultural emergente y un producto de la modernidad, claramente unido a la expansión del ocio y las vacaciones de los trabajadores, la democratización del viajar y el proceso de globalización, vinculándose teóricamente a pautas de cambio social en el último tercio del siglo XX (Pulido Sáez 2011: 17).

El turismo como fenómeno puede ser entendido y analizado desde distintas perspectivas, según la incidencia que tiene en las acciones y en la realidad del hombre. Se puede definir el turismo como una actividad económica, factor de desarrollo local y regional, y una de las que mayor crecimiento ha demostrado en las últimas décadas, según los datos que aportan las Naciones Unidas. “Podemos también hablar del turismo como un fenómeno social inscrito en los derechos del hombre a acceder y disponer del tiempo libre y ocio” (Molina 2003: s/p).

Ciertamente, el turismo se ha convertido desde hace años en una realidad de estudio y donde diferentes organizaciones mundiales, instituciones de gobiernos y personalidades en particular han tratado de elaborar conceptos uno de los más utilizados fue la definición propuesta desde el año 1942 por los profesores suizos Hunziker y Krapf, llamados los padres del Turismo moderno, que logran una aceptación generalizada y adoptada por la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST), describiéndola de la siguiente manera:

“Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, no estén motivado por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal” (Hunziker y Krapf en Jiménez 1986:12)

Si bien esta definición ha sido catalogada como válida y muy técnica, igualmente ha sido muy criticada dado lo amplio del concepto y la falta de precisión en algunos términos como por ejemplo la naturaleza del desplazamiento al que se hace mención ya que algunos pueden obedecer a factores distintos al turístico.

Otra definición vista desde la perspectiva de la temporalidad de la actividad turística es la que apuntan (Mathiesón y Wall en OMT 1998: 46), según los cuales:

“El turismo es el movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas”.

En sus postulados estos actores delimitan el tiempo al incluir por período inferior a un año. Igualmente proporciona características de la oferta presentada al

turista cuando exponen las facilidades creadas así como satisfacer las necesidades de los turistas fin último de toda actividad turística.

Dentro de esa categoría de definiciones conceptuales se encuentra también la formulada por Gilbert (en Pulido y Sáez 2011), más próxima a una interpretación social del turismo Concibe el turismo como parte del recreo (recreation) que implica viajar a destinos poco conocidos, por un período limitado, al objeto de satisfacer una necesidad de consumo para una sola actividad o una combinación de actividades. Esta definición encuadra al turismo en el contexto global del esparcimiento, mantiene la necesidad de viajar fuera de los lugares de residencia y trabajo y se centra en los motivos para viajar.

Se pueden encontrar diversas definiciones; sin embargo, desde el punto de vista conceptual el turismo presenta las cinco (5) características fundamentales siguientes (Pulido y Sáez 2011: 20):

1. Amalgama de fenómenos y relaciones.
2. Existencia de un elemento dinámico (el viaje-movimiento de personas hacia diversos destinos) y otro estático (la estancia), donde surgen esos fenómenos y relaciones.
3. Realización de actividades distintas de aquellas del lugar de trabajo y residencia habitual.
4. Carácter temporal y limitado del desplazamiento
5. Motivos de la visita no vinculados a trabajo remunerado o búsqueda de empleo.

Los conceptos enfatizan la naturaleza del turismo como una actividad de ocio que contrasta con la vida cotidiana y provee una base para la valoración del comportamiento y actitudes del turista.

El turismo ha generado muchas controversias en su conceptualización como consecuencia de las múltiples interpretaciones y enfoques brindados desde el punto de vista de distintas disciplinas, para esta investigación partiremos de la definición técnica de aceptación universal adoptada por la Organización Mundial del Turismo (OMT 1999:49), porque recoge diferentes aspecto que engloban la actividad turística la cual se expresa “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio por negocio y otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado” (OMT 1999). Este enunciado da cuenta de la inmensa amplitud del

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

fenómeno y por tanto de las enormes potencialidades que ofrece de cara a su estudio y análisis.

Esta definición amplia y flexible concretiza las características más importantes como condiciones del turismo como son: que esté de viaje, que su duración sea un tiempo consecutivo inferior a un año, que la actividad turística este fuera de su entorno habitual, que los elementos motivadores del viaje pueden ser: ocio, negoció, otros, es decir cualquiera, aunque posteriormente al definir los viajeros internacionales e internos añade que el motivo principal de la visita no puede ser una actividad que se remunere en el lugar visitado, desapareciendo con ello la barrera motivacional (OMT, 1998). De estas condiciones se pueden sacar algunas conclusiones de interés siguiendo a Torres B. (2006):

- Las personas que viajan y toman vacaciones dentro de su entorno habitual no son turistas. Esto incluye las personas que tiene una segunda residencia en las afueras de la ciudad donde viven
- Tampoco son turistas aquellos que están viajando de vacaciones de un modo permanente durante más de un año.
- No son igualmente turistas los viajeros a los que se les retribuye en el lugar de estancia como conferencistas y artistas (Torres B. 2006).

Ahora bien, para adquirir la categoría de turista el visitante a un país o zona deberá permanecer una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país o zona visitada. En caso de que el período de visita fuera inferior, lo que implica que no pernocta en un medio de alojamiento se considera un excursionista. Hay que insistir que estas consideraciones están siempre referenciadas al destino referenciado (Torres B. 2006).

Revisadas las descripciones de turismo hay que señalar que conceptualmente puede recibir tantas definiciones como puntos de vista y aspectos sociológicos, culturales, económicos, comerciales y doctrinales se le atribuyan, al ser un fenómeno social multidisciplinar (Orte Bermúdez, 1997). Pero las definiciones estándar son necesarias para poder abordar la medición del turismo como una actividad económica y su impacto sobre la economía mundial, nacional, regional y local.

B. Dimensiones del Turismo

En los últimos años las tendencias del turismo contemporáneo indican que se está asistiendo a un profundo cambio en los modelos turísticos vigentes, que reflejan la dinámica del turismo como rama de actividad. Unos cambios, tanto cuantitativos

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

como cualitativo, producidos a raíz de las modificaciones en las pautas de comportamiento sociales, derivadas de transformaciones en los valores y estilos de vida predominante en las sociedades desarrolladas, que se irán manteniendo e incluso incrementando en los próximos años (Aguil'o en Valdés 2005).

En la Declaración de Manila (1980) sobre el Turismo Mundial, adoptada por la OMT, se interpreta el turismo como una actividad esencial para la vida de las naciones, por sus efectos directos sobre los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de los países sobre sus relaciones internacionales. Su pleno desarrollo se vincula al desarrollo socio-económico de las naciones y depende del acceso de las personas a las vacaciones y a su libertad de viajar dentro del marco del tiempo libre y ocio. Son muchos los factores que intervienen para comprender el turismo en toda su dimensión en el ámbito social, económico y espacial territorial.

Con respecto al ámbito social Hiermaux en Vera et al. (2011) afirma que el turismo es, ante todo, una práctica social colectiva influyendo progresivamente en todos los sectores de la vida: en las instituciones en las mentalidades, en las concepciones de la identidad y hasta en la idea que la sociedad se hace de sí misma, que integrando mecanismos distintos de relación al espacio.

De allí que, el turismo es un fenómeno social contemporáneo que ha tomado dimensiones globales, fundadas en la búsqueda de los valores locales, y trae consigo un intercambio cultural como alternativa de dialogo y autoconocimiento entre los pueblos, además de un medio para mejorar la calidad de vida de la gente.

En el siglo XX, el turismo ha sido asociado a algo lujoso y novedoso, pero para mucha gente, en particular para personas de limitados ingresos, ha supuesto la posibilidad de poder disfrutar de vacaciones anuales en diferentes destinos; representando un escape del trabajo y esencialmente un “placer”, convirtiéndose en una necesidad básica, una condición irrenunciable denominada por algunos expertos como la “Civilización del Ocio” (Dumazedier 1968; Herrero 2002; Torres B. 2005).

El tiempo anual dedicado a viajar por turismo se está fragmentando progresivamente y diversificando temática y territorialmente del lado de la demanda, apoyado en los medios de comunicación y por la experiencia vivida. Así se pueden encontrar desde productos turísticos en destinos remotos, hasta pequeñas excursiones de un día en las cercanías al lugar de residencia. El turismo ha dejado de ser un estado inusual y temporal de existencia en un mundo organizado entre hogar y trabajo a estar presente para mucha gente como parte de la organización de

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

su vida, siendo cada día mayor el número de personas que han accedido a viajar a un mundo más allá de sus hogares

Respecto al lugar que ocupa el turismo en la vida moderna, para la mayoría de los autores, los turistas están en la búsqueda de algo, son más exigentes. En ciertos casos algo mejor de lo que tienen en su vida diaria, en otros la realidad, es decir, un mundo más auténtico del que rodea su quehacer cotidiano. Incluso autores como (Urry en Pulido y Séz 2011), argumentan que se busca lo inusual, lo diferente, la manera de conseguir el placer de lo nuevo y sorprendente.

El turista del futuro no solo estará motivado por dormir, comer y beber, sino que buscará la recreación emocional a través de las actividades y experiencias imposibles en la vida cotidiana, abandonar esquemas en el disfrute del viaje, los turistas quieren tener contacto con la cultura de cada país que visitan, hablar con la gente, sentir el calor humano, gozar de la acogida (Torres M. 2003).

Como actividad económica, la expresión turismo por si misma tiene una connotación económica, si se considera que está referida a un acto que supone desplazamiento, que conlleva el gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción y servicios, que se ofrecen a través de una actividad productiva, generada mediante una inversión previa (Figuerola en Romero 2007).

Ascanio (1998) señala que, el turismo es un sentido figurado es una rama productiva del sector servicio de la economía y como tal tiene que ver con la mejor utilización de los recursos escasos y con la necesidad de obtener los mayores beneficios netos sociales.

Romero (2007) resalta los señalamientos que hace Krapf, para caracterizar el turismo como actividad económica los cuales son:

(a) que exista un pago de un servicio, es decir, la compra de algo debe satisfacer un precio; (b) que se produce el gasto de una parte de la renta disponible, por lo cual siendo un elemento tan básicamente económico como la renta surge, planteando un conjunto de aspectos que le dan todavía mayor rigor económico al problema (niveles, distribución, tasas de crecimiento, etc.); y (c) finalmente en que el turismo forzosamente es un hecho económico por los efectos que genera y los factores económicos que en el influyen (Krapf en Romero 2007:10).

Modernamente se puede considerar al turismo como una actividad económica, que tiene por objeto la explotación de riquezas turísticas, así como la transformación de los recursos humanos, de capital y de materias primas tanto de servicios como de productos (Languar 1991: 14-16).

El turismo ha de ser ante todo una actividad generadora de ingresos para la sociedad y creadora de empleos dignos y de ser posible, calificados. No solo supone la rentabilidad privada, sino el aumento de los beneficios a la comunidad en general a manera de garantizar la eficacia económica (Santana 2005).

El turismo es un fenómeno espacial, hecho o dimensión que con frecuencia se minimiza o se obvia, debido al predominio de la concepción y análisis económico del mismo (Lanfant en Vera et al. 2011: 79); considera que dada la relevancia que tiene espacial este fenómeno obliga a darle a los factores de localización un tratamiento específico; partiendo que como actividad espacial que genera diversas actividades económicas, por lo cual implica la conceptualización de los factores de los hechos económicos, el espacio es soporte y a la vez recurso; pero además el espacio es recurso y factor a la vez por lo cual la importancia del espacio es como sostén del recurso y como configurador del producto turístico, y al mismo tiempo es espacio de consumo del producto turístico.

Por otra parte, si se considera que en el espacio se proyecta tiempo de estancia, y el movimiento o desplazamiento consume tiempo, implica entonces que estancia y desplazamiento tiene una duración, una dimensión temporal, y requieren un tiempo determinado. A su vez, la práctica turística se traduce en un desplazamiento en el espacio que la hace una de las acciones más genuinamente territorial, al compararlas con otras actividades sociales o económicas (Hiernaux en Vera et al. 2011: 80).

Ahora bien, la dimensión y manifestación territorial se expresan por el viaje de personas desde unos lugares a otros, el desplazamiento de los turistas de las zonas emisoras hacia los destinos. Por tanto, el análisis territorial es clave para comprensión de la dinámica actividad turística, ya que el turismo es una actividad propiciadora del crecimiento económico dentro de un determinado territorio, aun cuando no todos los territorios tengan las mismas características y potencial. Y se pueda asegurar que el turismo es determinante para el desarrollo territorial.

El territorio es el principal factor que determina el desarrollo del turismo, ya que es el territorio el que el que contiene los recursos materiales e inmateriales, soporta las actividades, es el marco de actuación de los agentes turísticos, cumple una función de escenario, condicionan la imagen turística y la satisfacción del turista. Así mismo. Igualmente es en el territorio donde desarrolla su vida la población residente valorizando el paisaje el paisaje y los espacios tanto naturales como culturales y patrimoniales, revalorizando antiguos espacios bajo criterios de calidad ambiental y

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

sostenibilidad social; permitiendo la aparición de nuevos escenarios, además generando demandas de infraestructuras territoriales que ofrecen oportunidades con carácter más global. Este panel de incidencias puede materializarse finalmente en un efecto positivo o negativo dependiendo de la ordenación y de la regulación de usos (Requejo en Romero 2007).

Junto con todo esto se encuentra el papel que ejerce el territorio, que dejó de ser considerado como un mero escenario en el que transcurren los acontecimientos para mostrarse como un protagonista. Como señalan diferentes autores (Méndez y Caravaca 1996), el territorio no solo ha pasado a ser considerado un recurso con ventajas potenciales, sino un importante activo que contribuye de hecho a dinamizar los procesos de desarrollo (Miramontes 2005: 128).

Los destinos turísticos sobre todo los que están unidos a la existencia de un recurso específico, han sido desarrollados mediante la utilización intensiva del territorio como base de la oferta, formando parte fundamental e intrínseca del propio producto, por tanto los componentes de un espacio de interés turístico, tanto los recursos y atractivos naturales o culturales, como elementos primarios y secundarios que facilitan su consumo, pueden estar presentes en áreas o destino temporal de vacaciones.

C. Tipologías del Turismo

Entre las muchas clasificaciones que existen sobre tipos de turismo, desde el punto de vista de la demanda Torres B. et al (2006:45), define tres (3) tipologías para una mejor calificación de los destinos.

- a) Turismos genéricos: cuando la motivación que determina el viaje es “difusa, amplia y variada”, con posibilidad de acceder al mayor número de posibilidades de ocio, sin que se destaque ninguno “disfrutar del tiempo libre y descansar”.
- b) Turismos específicos: cuando el deseo que mueve al visitante es una particularidad del destino, “material o inmaterial, simple o complejo, gratuito o no” y que puede “captar por sí mismo el interés de un número significativo de personas”.
- c) Actividades complementarias: referidas a las realizadas por los turistas “durante las vacaciones para su esparcimiento de forma aislada”, no siendo razón primaria para su viaje, variando de un turista a otro según sus criterios.

a) Turismo genérico

Son considerados según Torres B. et al. (2006), Pulido y Sáez (2011:106), como una actividad turística de masas, y que tradicionalmente, son realizadas por los turistas de rentas media y bajas, ya que en muchas ocasiones su situación económica les impiden realizar otro tipo de actividad. Tradicionalmente está asociado al ámbito geográfico donde se desarrolla, por lo que se puede dividir entre turismo de *sol y playa o litoral, turismo rural y de naturaleza y turismo de ciudad o urbano, y donde se pueden producir una variedad de turismos específicos*, su elección dependerá de los factores siguientes (Torres et al. 2006:125)

- Preferencias globales de ubicación.
- Calidad de las instalaciones turísticas.
- Ambiente, trato y entorno social.
- Calidad de las infraestructuras, equipamiento y servicios públicos.
- Cantidad y calidad de las oportunidades de ocio.
- Presupuesto disponible para las vacaciones.

a.1) Turismo de sol y playa

El turismo de sol y playa es, desde los inicios del boom turístico a mediados del siglo pasado, la principal tipología turística de las costas españolas, propiciado por el fenómeno de los turoperadores, y los vuelos chárter, extendiéndose al resto de la región mediterránea y luego a otras áreas como el Caribe o el Pacífico (Torres B. et al. 2006).

Este es un tipo de turismo consolidado cuya demanda ha cambiado produciéndose un cambio de paradigma en los turistas, dejando de centrarse exclusivamente en el disfrute de sol y playa para situarse en una posición más ecléctica. Se ha pasado de un turismo de “sol y playa” a un turismo “al sol y en la playa”, es decir, de un turismo centrado en los baños y las tomas de sol, a otro en el que se realizan una serie de actividades más abundantes y creativas dentro de sus vacaciones, las cuales no solo se centran en verano de larga duración sino que hoy en día las fraccionan en varios períodos, haciéndose cada vez más competitivos (Torres B. et al. 2006: 136), “pudiéndose encontrar en ciudades con frente de agua y/o ser ciudades puertos” (Camacaro 2011: 20).

a.2) Turismo rural.

Según la demanda es un tipo de turismo que ocurre “motivado por unos valores relacionados con la naturaleza y el paisaje, en general, y la tranquilidad, la tradición y las costumbres y modos de vida, en particular” y donde se pueden realizar una

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

serie de turismos específicos igual que en el de sol y playa o litoral (Torres B. et al, 2006: 141).

El turismo rural ha dejado de verse como la panacea, ya que no es necesariamente la solución de todos males de la economía, requiere de un proceso adecuado de planificación que responda “por un lado, a las características, necesidades y potencialidades del territorio y, por otro, a las expectativas y motivaciones de la demanda turística” (Pulido y Sáez 2011: 111).

a.3) *Turismo urbano*

Hace referencia a una tipología turística de carácter genérico desarrollada en aquellos núcleos que presenta un elevado número de recursos o atracciones turísticas, Es de hacer notar que el núcleo urbano también es la base para el desarrollo de un elevado número de turistas específicos (Pulido y Sáez 2011).

b) Turismos específicos

Se encuentran dentro de estas categorías aquellas actividades que son capaces de satisfacer las motivaciones consideradas como minoristas. Estos turistas están motivados por nuevas experiencias, destinos diferentes y un alto nivel de actividad en el destino elegido. Por tanto, estas experiencias turísticas son realizadas por aquellas personas que se encuentran atraídas únicamente por su afición, curiosidad o interés sobre aspectos muy concretos (Pulido y Sáez 2011).

Dado que las motivaciones de viajes pueden ser muchas, existen tantas tipologías turísticas específicas como motivaciones turísticas, si bien, suelen agruparse en áreas, por lo que es común encontrarlos denominados como turismos temáticos; a continuación se presenta la clasificación por áreas y dentro de cada una cierto número de turismos específicos propuesto por Torres B. et al. (2006: 48) (Tabla 1).

Algunos turismos específicos citados serán abordados más adelante, sobre todo los correspondientes al turismo cultural y sus modalidades como soporte para la puesta en valor del patrimonio cultural latente en el territorio estudiado y que será un complemento al turismo genérico de “sol y playa” presente en el destino en estudio.

Tabla 1. Clasificación de turismos específicos

Turismos específicos	Modalidad
1. Turismo bio-ecológico	Ecoturismo
	Agroturismo
	Montañismo
	Turismo biológico o de observación de la naturaleza
	Turismo al aire libre (senderismo)
2. Turismo cultural	Turismo histórico artístico y cultural
	Turismo folclórico
	Turismo gastronómica
	Turismo de recreación e interpretación
	Turismo de eventos culturales
3. Turismo deportivo	Turismo religioso
	Turismo de golf
	Turismo de nieve
	Turismo náutico
	Turismo subacuático
4. Turismo de salud y bienestar físico	Turismo de eventos deportivos
	Turismo de deporte de riesgos y aventura
	Turismo termal y de balneario
	Turismo clínico y de belleza
	Turismo geriátrico
5. Turismo profesional y científico	Turismo de congresos y convenciones
	Turismo de incentivos
	Turismo de negocios y reuniones de empresas
6. turismo residenciado	Turismo residencial
	Turismo de segunda residencia
	Time Sharing
7. Turismo condicionado por la demanda	Turismo juvenil
	Turismo social
	Turismo de tercera edad
	Turismo accesible
8. Micro productos turísticos	Turismo omitológico (observación de pájaros)
	Turismo espacial

Fuente: Elaboración propia a partir de Torres B. et al. (2006: 48 y 49).

2.2.2 Sistema Turístico

Alrededor del turismo se ha ido formando una serie de relaciones que van a caracterizarse por un funcionamiento sistémico, basado en los principios de interdependencia y de regulación interna (Boullón 1994). El aporte de la teoría general de sistemas al proceso de concreción del conocimiento sobre el turismo es relevante, y útil para el estudio y análisis del turismo desde una perspectiva integral, ya que enfatiza en un modo de pensamiento holístico, globalizador, que trasciende el abordaje analítico de los fenómenos (Molina y Rodríguez 1987). El enfoque holístico pretende abarcar los hecho y fenómenos integralmente, abordando problemas y relaciones entre ellos hasta conformar un todo.

Un sistema se puede describir como un todo o conjunto organizado, formado por dos (2) o más partes que dependan unas de otras y trabajan conjuntamente como una unidad y que tiene límites reconocibles del amplio entorno externo que lo rodea (Keyser en Pulido y Sáez 2011:24). Esta colección de elementos mutuamente

dependientes que conforman el sistema interactúa para producir un resultado deseado; pero los factores del entorno externo al sistema, también denominado macro-entorno, pueden impedir o contribuir al logro de esos objetivos deseados. Además un sistema puede tomar un punto de vista macro y examinar todo el sistema turístico de un país, estado o área y la forma como funciona en el interior y la relación con otros sistemas, como legal, político, económico y social que guarda con el exterior (McIntosh 2005).

La naturaleza de la actividad turística según la OMT (1998) es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistémica, es decir un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente distinguiendo cuatro (4) elementos básicos: la demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores del mercado. Denominados por (Cooper y Hall 2008 en Pulido y Sáez) como por el consumo, la producción y las experiencias que se generan. Lo que implica que cada elemento interviene en el comportamiento y funcionamiento del resto que lo conforman, y que es importante su identificación para su respectivo análisis.

El análisis del sistema permite investigar cómo se comportan y trabajan de forma conjunta las distintas partes del sistema turístico y explorar las interacciones entre el sistema turístico y su entorno; siendo un universo de componentes que exigen conocer cada vez más su funcionamiento.

Dentro las posiciones que considera al turismo como un sistema se puede mencionar el conocido modelo Leiper (en Rastrollo 2005; Pulido y Sáez 2011), presenta de una forma sencilla los elementos e interrelaciones fundamentales del turismo, es decir el sistema turístico geográfico. Facilita la percepción del turismo como un sistema complejo, en el que pueden identificarse las distintas partes y los vínculos que se establecen entre ellas.

Los tres (3) aspectos básicos del sistema de Leiper son:

1. *Los turistas*. Son los actores del sistema. Parten de su lugar de residencia habitual, viajan al destino y allí permanecen temporalmente para volver después de un cierto tiempo a su lugar de origen.
2. *Los elementos geográficos*: estos se agrupan en regiones denominadas
 - a) *Regiones emisoras de visitantes o turistas*: Es la residencia habitual de los turistas donde empieza y termina el viaje. El mercado se localiza en esta zona emisora. En ella se generan recursos y una parte de ellos se utilizan en la compra de servicios turísticos.

- b) Regiones destinos turísticos es la principal localización y probablemente la razón de la propia existencia del turismo. Motiva el desplazamiento de los visitantes y turistas y suele ser la zona que recibe los principales impactos de la actividad turística.
 - c) Regiones de transito de los turistas o desplazamiento. Abarca todas aquellas localidades a través de las cuales los turistas transitan hasta llegar tanto al núcleo emisor como al destino turístico. Por tanto es el enlace entre la zona emisora y el destino turístico
 - d) El entorno externo, que rodea a los otros tres (3) elementos geográficos, y que se presenta en cada una de ellas con sus entornos socio-cultural, económico empresarial, tecnológico, físico ambiental, político-legal; interrelacionadas en un constante pase de flujos informativos y toma de decisiones, todo esto se enmarca dentro de las relaciones que se establecen dinámicamente.
3. *La industria turística.* Está constituida por el grupo de empresas y organizaciones involucradas en la oferta del producto turístico en el destino. Tiene presencia en los tres (3) elementos geográficos identificados, pero su representación es mayor en el destino (Leiper en Rastrollo 2005, Pulido y Sáez, 2011) (Figura 3).

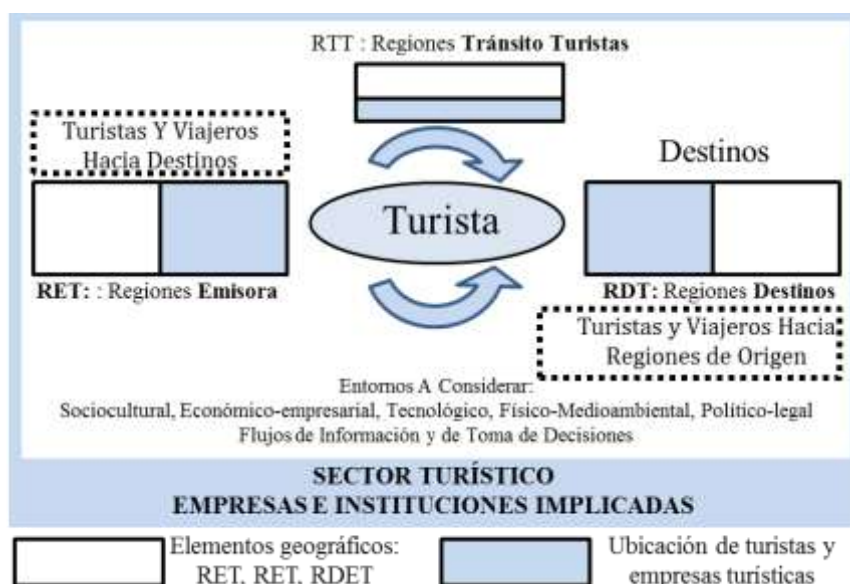


Figura 3. Modelo de Sistema Turístico por Leiper

Fuente: Rastrollo (2005).

El concepto de sistema turístico permite visualizar factores ambientales tanto internos como externos integrados en un todo. En este proceso es muy importante el papel que juegan las empresas e instituciones del sector turístico que son las que

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

deben conectar con la realidad y potencialidad de los recursos de su entorno El sistema empresarial es un todo complejo que implica plan, método, orden y arreglo, los cuales incidirán en la calidad de la oferta de la que forma parte el producto turístico (Ramírez C. 2003).

Por su parte Molina y Rodríguez (1987), desarrolla una versión desde una concepción sistémica en la que plantea, que éste se encuentra integrado por un conjunto de pares o subsistemas que se relacionan para alcanzar un objetivo común. Los subsistemas que lo componen son: superestructura (organizaciones del sector público y privado, bases legales, reglamentos, planes y programas), la demanda (turistas), comunidad receptora (residentes ligados directa e indirectamente con el turismo), atractivos (naturales y culturales), equipamientos e instalaciones (hoteles, moteles, restaurantes, cafeterías, agencias de viaje, entre otros), e infraestructura (aeropuertos, carreteras, redes de agua potable, drenaje, teléfono, entre otros); todos enmarcados en un entorno físico o lugar.

Años más tarde Boullón (1994), propone dentro un Modelo donde el punto de partida del funcionamiento del sistema turístico se origina al encontrarse la oferta con la demanda por medio de la venta del producto turístico, los cuales junto a la infraestructura, forman la estructura de producción del sector y en el centro se representa la superestructura encargada de controlar y evaluar la eficiencia del sistema y la interrelación de todas sus parte o elementos conformantes del sistema (Figura 4).

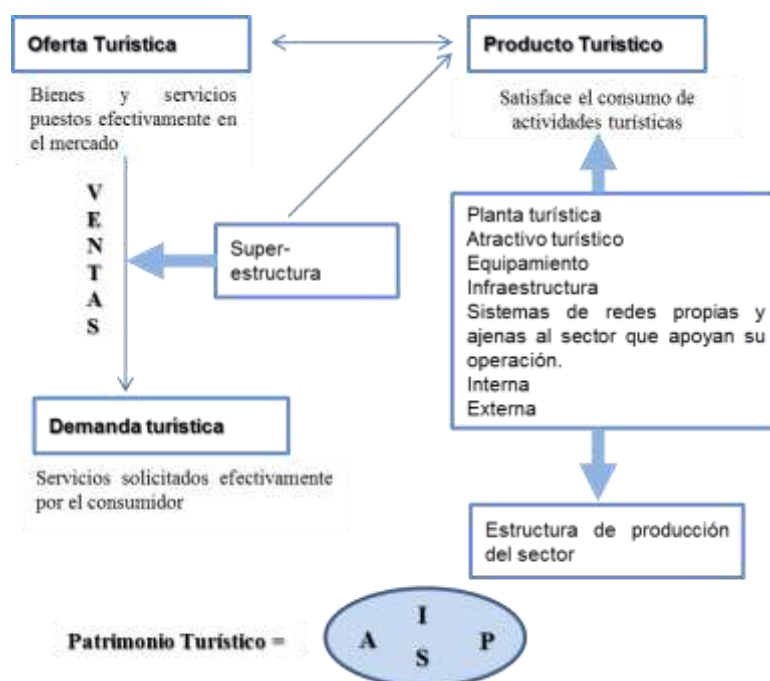


Figura 4. Modelo de Sistema turístico.

Fuente: Boullón (1994: 32).

Partiendo de la Figura anterior referido al sistema turístico el antes autor citado, se aprecia, que su estructura no aparenta complejidad; sin embargo, en su funcionamiento presenta particularidades en sus componentes cuyas características son detalladas a continuación:

- a. **Demanda Turística:** Conformada por el conjunto de consumidores, o posibles consumidores, de bienes y servicios turísticos (OMT 1998) y se refiere a la suma de los bienes y servicios solicitados por los consumidores en cada uno de los que visitan, esto es “todo aquello que las personas que hacen turismo demandan en función de esa actividad” (Torres B. 2006: 2). Para Boullón (1994) existe la demanda real, turista real-consumidor potencial, histórica, futura y potencial.
- b. **Oferta Turística:** Es el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia turística (OMT 1998: 47) “está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos los cuales se comercializan mediante el sistema turístico”. Igualmente plantea Boullón (1994) que así como existe la demanda potencial, existe la oferta potencial; porque esta no se convertirá en real hasta que esos bienes y servicios no sean consumidos.
- c. **Proceso de Venta:** Es el encuentro de la oferta con la demanda. Implica que la oferta turística alcanzara un mercado siempre que el precio de los productos sea competitivo. La interacción de la oferta con la demanda determinara el precio de los productos.
- d. **Producto Turístico:** Conformado por los bienes y servicios que integran la oferta como por ejemplo: alojamiento, restauración, transporte entre otros y que para Boullón (1994), es resultado de una serie de combinaciones de servicios efectuados por las empresas especializadas en atención a las necesidades de los viajeros, desde el momento en que salen hasta que regresan. Es importante la calidad del servicio en cada uno de los elementos que lo conforman (Molina 2003).
- e. **Planta Turística:** Son los servicios que se requieren para el funcionamiento del sistema turístico y se venden a los turistas y están constituidos por el equipamiento (establecimientos administrados por la actividad pública o privada dedicada a prestar servicios básicos) y las instalaciones (construcciones especiales que facilitan la práctica de actividades turísticas).

- f. **Atractivos Turísticos:** son los insumos del turismo sin los cuales las localidades no pueden emprender su desarrollo y se les incluye como el primer elemento al que se agrega la planta turística y la infraestructura. Según Martínez (2004), los viajeros se desplazan desde la región de origen hacia el destino turístico, porque allí es donde se encuentran las atracciones que desean conocer.

Swarbrooke (en Vera et al. 2011), divide los atractivos en cuatro (4) categorías o grupos: naturales, creadas por el hombre, pero no diseñadas con la intención de atraer visitantes, creadas por el hombre, con la intención de atraer visitantes y de eventos especiales, como por ejemplo el entorno geográfico, los ríos, playas, las catedrales, casas históricas, las fiestas, las costumbres populares, las vías de acceso y comunicación, Igualmente elementos culturales como artes visuales o escénicas, costumbres populares y ceremonias tradicionales, la gastronomía y elementos creados por el hombre como parques temáticos, o acontecimientos especiales como ferias, festivales o competiciones deportivas (OMT 1999 y Rastrollo 2005).

No hay que confundir los atractivos con recursos. Como apunta Gunn (citado por OMT 1998), los recursos naturales, culturales, entre otros; son el fundamento para el desarrollo posterior del atractivo. Así, pueden promocionarse las playas, las montañas o la historia de un país, pero a no ser que estos elementos estén situados en localidades accesibles y válidas para la explotación turística, no pueden ser considerados realmente atractivos turísticos. Por consiguiente, los recursos en su forma original no son más que materia prima para futuras atracciones (OMT 1998).

- g. **Infraestructura:** Es la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas (educación, servicios públicos, vivienda, transporte, comunicaciones, energía). Es uno de los factores que permiten apreciar el desarrollo de un país y en América Latina actúa como un condicionante del desarrollo turístico. Una de las funciones primordiales de la infraestructura es vincular entre si los asentamientos humanos y resolver las necesidades internas de los mismos.
- h. **Superestructura:** Comprende los organismos especializados, tanto públicos como privados, encargados de optimizar y cambiar, de ser necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar y cambiar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los

servicios que componen el producto turístico; está integrada por las dependencias de la administración pública (promoción, servicios, control de precios, planificación y desarrollo turístico, equipamiento entre otros) y las organizaciones privadas (organizaciones y administración de empresas). Una de las principales funciones de la superestructura no es solo vigilar, sino intervenir activamente en el proceso de venta del producto turístico.

- i. **Patrimonio Turístico:** Se determina a partir de la relación de los atractivos turísticos, la planta turística, la infraestructura y la superestructura turística cuyos cuatro (4) componentes deben analizarse sistemáticamente. En el proceso de planificación, al momento del diagnóstico, estos componentes no pueden ser estudiados separadamente; por ejemplo si se analiza la planta turística es imposible hacerlo sin referirse a los atractivos que deben ofrecerse, a la infraestructura que la condiciona y al apoyo de la superestructura, sin olvidar el análisis de la demanda y el cálculo de los estándares de las organizaciones estudiadas.

Según esta investigación todos estos elementos que conforman el sistema turístico debidamente interrelacionados persiguen un fin único; esto es, la satisfacción motivacional del ocio y del tiempo libre del individuo, los cuales definen la potencialidad de un territorio para el desarrollo sostenible del turismo, sirviendo de referencia para el desarrollo de este estudio.

Desde la perspectiva de la temporalidad para el autor Torres B. (2006: 27-29), considera que un sistema de actividades turísticas mantiene dos (2) características principales, la de ser abierto (va incorporando dentro de sí nuevos elementos haciéndose cada vez más complejo y diverso) y dinámico (va transformándose en la forma de presentarse y de relacionarse sus diferentes elementos). Dicho autor visualiza la complejidad y extensión del turismo como un gran sistema de actividades en continuo crecimiento y dividido a su vez en tres (3) subsistemas principales, interrelacionados y complementarios entre sí:

- El de actividades características del turismo o de naturaleza turística.
- El de actividades de aplicación turística
- El de actividades de apoyo al turismo (Figura 5).



Figura 5. Sistema de Actividades Turísticas por Torres Bernier

Fuente: Torres B. (2006)

En primer lugar, está el sistema de actividades de naturaleza turística, se encuentran vinculadas directamente a la característica esencial del turista de desplazamiento eventual fuera de su lugar de residencia; en segundo lugar está el subsistema de actividades de aplicación turística que son aquellas vinculadas directamente con la motivación de los turistas para sus desplazamientos, relacionadas en su mayoría al descanso, la naturaleza, la cultura, la salud y el deporte, el tercer subsistema de actividades turísticas lo constituyen aquellos denominados de apoyo al turismo y está compuesto por el conjunto de servicios públicos y privados que el turista demanda en tanto que residente eventual del destino escogido para sus vacaciones, lo que implica que estos servicios serán compartidos con la población residente y su calidad puede influir en la excelencia del destino y en la calidad de vida de los residentes y por último para que el sistema realmente funcione en un destino determinado enmarcado por la existencia de unas externalidades de gran importancia: la aceptación ciudadana y social de esta actividad como impulsora del desarrollo de su comunidad (Torres B et al.. 2006: 27-30).

A estas externalidades no se le suele dar la importancia real que tiene en las estrategias de desarrollo turístico, y no solamente por la imposibilidad de desarrollar la opción turística en un medio hostil, sino por la necesidad de que sea admitida prioritariamente desde todas las áreas de las administraciones públicas (políticas y técnicas).

El hecho de que la actividad turística se encuentre estructurada en los citados tres (3) grandes subsistemas, lo cual por estar basados en la teoría de sistemas mantienen los principios de interdependencia y regulación interna y se encuentran íntimamente relacionados entre sí, sujetos al juego de las normas y las tendencias de los mercados turísticos (Torres B. et al. 2006: 31).

Según Vera et al. (1997: 38; 2011: 69), es necesario el estudio del fenómeno turístico, en el contexto de la aproximación sistémica aplicada al turismo, por cuanto la diversidad de los componentes que la configuran, producen y determinan la dinámica turística en su conjunto “demandan un esfuerzo de racionalización científica y de aproximación metodológica”, conscientes de simplificar la realidad de las cosas.

Este autor propone básicamente cuatro (4) elementos que forman parte del sistema turístico:

- a) Los turistas o demanda turística, consumidores del producto turístico según su perfil socio-económico y motivaciones sobre distintos recursos de atracciones turísticas.
- b) Los mecanismos públicos y privados que promocionan y comercializan los recursos turísticos convirtiéndolos en productos; incentivando, creando y haciendo posible satisfacer las motivaciones de la demanda.
- c) Los sistemas de transporte, conectividad y de movilidad turística que organizan los viajes o articulan los espacios emisores y receptores.
- d) El destino turístico o territorio posee más o menos un prestigio reconocido en los escenarios como tal para atraer flujos de visitantes. En el destino es posible distinguir a su vez los siguientes elementos básicos:
 - Los recursos de atracción turísticos, naturales o culturales, o creados ad hoc (por ejemplo, productos recreativos y de ocio temático).
 - La sociedad local, que participa y decide en mayor o menor grado sobre los impactos económicos y culturales originados en su territorio <<turistificado>>.
 - La oferta de servicios que hace posible la comercialización de los recursos y que estos puedan ser consumidos por la demanda como: alojamientos, restaurantes, comercios, equipamiento de ocio entre otros.

- Las infraestructuras y equipamientos de accesibilidad, como son los aeropuertos, saneamiento integral, masa comercial, equipamiento temático y de ocio.

Es evidente, por tanto, que el espacio turístico funcionan como un sistema, cuyos componentes se encuentra en función de satisfacer al cliente (el turista).

En este orden de ideas, existe un modelo propuesto, por un grupo de Investigadores de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad del Zulia, conocido como Sistema de Información Geográfica, para la Planificación del Turismo en el Estado Zulia (SIGTUR-ZULIA); Caldera et al. (2000) presenta una descripción detallada de cada uno de los elementos del Sistema Turístico que tiene expresión especial en un territorio, dividido por subsistemas, tanto internos o turísticos externos del entorno, dentro de los cuales se encuentran los anteriormente señalados, en este sentido, es posible estudiar el espacio o territorio con fines turístico, de forma integral a través de subsistemas, los cuales según Caldera (2000), se resumen en forma general (Figura 5).

Este modelo desagrega los componentes del sistema según su incidencia sobre el turismo, agrupándolos por ser de naturaleza turística se identifican en cinco (5) subsistemas turísticos: los recursos naturales, los recursos culturales, las facilidades turísticas, la accesibilidad y el transporte y la demanda. Los subsistemas del entorno se clasifican en nueve (9) subsistemas los cuales son: uso del suelo, calidad ambiental, político territorial, la evolución histórica, servicios básicos de equipamiento urbano, tenencia y valor de la tierra, comunidad receptora, servicios básicos de infraestructura (redes de acueductos, cloacas, electricidad, telecomunicaciones, entre otros), y la superestructura (instituciones encargadas de la planificación y gestión del territorio y marco legal). Permitiendo proporcionan insumos para definir los espacios turístico o con vocación para el uso turístico, los cuales según Caldera (2000), se resumen en forma general (Figura 6).

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, las potencialidades naturales y patrimoniales existentes en la localidad, se describen por medio del inventario y la ubicación espacial de la oferta turística, basada en los cuatro (4) primeros subsistemas que delimitan el espacio turístico: Recursos Turísticos Naturales (bióticos y abióticos), Recursos Turístico Culturales (tangibles e intangibles), Facilidades Turísticas (equipamiento turístico complementario y servicios turísticos), Accesibilidad y Transporte (medios acuáticos y terrestres). Estos subsistemas definen condiciones y atributos que permiten diferenciarlos, y serán tomados en

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

cuenta como elemento referencial para orientar esta investigación sobre todos los correspondientes con la oferta turística.

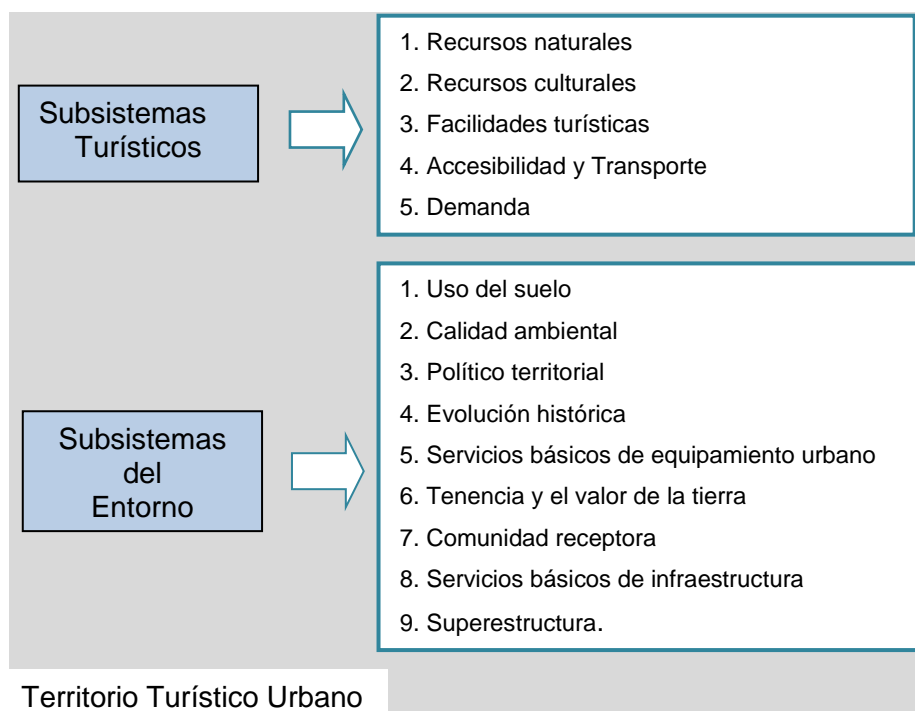


Figura 6. Subsistemas del Sistema Turístico y del Entorno para la planificación Territorial Urbana

Fuente: Caldera, et al. (2000).

Partiendo de los criterios expuesto, especificando la clasificación respectiva para cada componente del subsistema de la oferta, se procederá a organizar la información por categorías, subcategorías tipos y clase, que facilite la identificación de cada uno de los elementos.

A continuación se especifica cada uno de los elementos y aspectos considerados como parte de la oferta turística.

A. Recursos Naturales

Los recursos como factores de atracción que promuevan los movimientos de personas con finalidad turística y de ocio (Furió en Vera et al: 1997: 266), entendiendo por estos recursos todos los componentes de la naturaleza que tiene valor y utilidad para el hombre en la forma en que son encontrados, de manera que pueda “generar ganancia para la comunidad de su entorno”, considerando los principios del desarrollo sostenible (Páez 2007: 106).

En la clasificación de los recursos naturales según (SIGTUR-ZULIA) por Caldera et al (2000), se tiene presente un conjunto de componentes del medio ambiente, cuya definición responde a dos (2) categorías que son: los elementos

inanimados o abiótico y los vivos o bióticos, presentes en el territorio objeto de estudio (Tabla 2).

Tabla 2. Clasificación de los recursos naturales.

	Categoría Abiótico (espacio físico inanimado)	Categoría Bióticos (organismos vivos)
Climático	Temperatura, precipitación, humedad, Viento y radiación solar	Fauna
Geomórfico	Factores que modifican el clima: latitud y altitud. Suelo, topografía, relieve, hidrológica, geología.	Flora

Fuente: Caldera et al (2000).

B. Recursos Culturales

La esencia del turismo cultural son los recursos culturales existentes en el lugar, definiéndose según Caldera et al. (2000: 5) como:

“Todos aquellos elementos, objetos o hechos sociales que distinguen una cultura de otra, y poseen alguna característica de diferenciación relevante, susceptibles de ser puestos en valor, para motivar el desplazamiento de personas con la finalidad de satisfacer las necesidades de una demanda turística con fines culturales”.

La clasificación propuesta por SIGTUR-ZULIA en Caldera et al (2000) responde identificando dos (2) categorías, los recursos culturales tangibles y los intangibles. Los primeros caracterizados por ser bienes materiales consagrados a la cultura, realizaciones hechas por el hombre, patrimonio arqueológico, edificaciones históricas culturales, sectores urbanos, obras de arte, artesanías y realizaciones científico-técnicas creadas dentro de un determinado período de evolución histórica y que pueden ser visualizados (Foto 1 y Tabla 3).



Artista plástico Gabriel Bracho



Mural Los Puertos y el Petróleo. Museo Gabriel Bracho



Casa de la Cultura "Gabriel Bracho"



Museo Antropológico del Hombre

Foto 1. Recursos Culturales: Tangibles

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Images, 2014

Tabla 3. Clasificación de los recursos culturales tangibles.

Categoría Tipo Clases		
1. Tangibles	1. Arqueológicos	1. Yacimientos 2. Petroglifos 3. Cementerios 4. Piezas 5. Fragmentos 6. Otros
	2. Edificaciones Histórico - Culturales	1. Iglesias 2. Capillas 3. Conventos 4. Fortalezas 5. Fuentes 6. Castillos 7. Puentes 8. Sitios históricos 9. Conmemorativos 10. Museos 11. Teatros 12. Casas de Cultura 13. Residencial 14. Administrativo 15. Comercial 16. Deportivo 17. Militar 18. Otros
	3. Sectores Urbanos	1. Históricos 2. Ambientales 3. Artesanales 4. Étnico 5. Religioso 6. Arquitectónico 7. Otros
	4. Obras de Arte	1. Pintura 2. Escultura 3. Artes del fuego 4. Artes Visuales 5. Retablos 6. Otros
	5. Artesanías	1. Muñequería 2. Cestería 3. Talabartería 4. Orfebrería 5. Tejidos 6. Máscaras 7. Cerámicas 8. Carpintería 9. Otros
	6. Realizaciones Técnicas y Científicas	1. Obras de arquitectura e ingeniería 2. Diseño industrial 3. Explotaciones mineras, agropecuarias 4. Parques, zoológicos, acuarios y jardines botánicos 5. Planetarios 6. Otros

Fuente: Caldera et al (2000).

En cuanto a las manifestaciones de carácter intangibles, están representadas por el conjunto de formas de la cultura tradicional y popular, obras colectivas que surgen de una cultura y se basan en la tradición. Estas forman el modo de expresión, vivir y sentir de una comunidad en el contexto histórico del pasado. Lo constituyen los acontecimientos programados, las manifestaciones populares, la comunidad simbólica, y las manifestaciones artísticas (Tabla 4 y Foto 2).

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Tabla 4. Clasificación de los recursos culturales intangibles.

Categoría Tipos Clases		
1. Intangibles	1. Acontecimientos Programados	1. Religiosos 2. Patrias 3. Ferias 4. Deportivos 5. Congresos y convenciones 6. Exposiciones 7. Festivales de música y teatro 8. Gastronomía, bailes y danzas 9. Concursos de belleza 10. Corrias y coleo de toros 11. Carnavales 12. Otros
	2. Manifestaciones Populares	1. Creencias mágicas religiosas 2. Danzas y bailes populares 3. Juegos tradicionales 4. Cuentos leyendas y fábulas 5. Gastronomía 6. Toponimia 7. Mitos. 8. Personajes significativos 9. Otros
	3. Comunicación Simbólica	1. Lenguas 2. Regionalismos lingüístico 3. Expresiones corporal 4. Vestidos 5. Identidades 6. Otros
	4. Manifestaciones Artísticas	1. Música 2. Teatro 3. Literatura 4. Otros

Fuente: Caldera et al (2000).



Núcleo Los Puertos de Altagracia Sinfónica Infantil.

Fundación San Benito "Los Acuroero". Tambores y Chimbangles

Fundaferia. Des files y Comparsas. Casco Historico

Foto 2. Recursos Culturales: Intangibles

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Images, 2014

C. Facilidades Turísticas

Las facilidades turísticas lo conforman tres (3) categorías; el equipamiento turístico, equipamiento complementario y los servicios turísticos, como parte de los componentes del sistema turístico donde se encuentran las empresas prestadoras de servicio como alojamiento, alimentos y bebidas, recreación y esparcimiento, eventos programados, servicios financieros, información y transporte turístico, que utilizan los turistas durante su viaje y estancia, estos también pueden ser utilizado por los residentes del destino (Tabla 5).

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Tabla 5. Clasificación de las facilidades turísticas.

Categoría		Tipos Clases		
1. Equipamiento Turístico	1. Alojamiento	1.	Hotel de turismo (1 a 5 Estrellas)	
		2.	Motel de turismo (1 a 3 Estrellas)	
		3.	Hotel residencial de turismo (1 a 5 Estrellas)	
		4.	Hospedaje o pensión de turismo (1 a 5 Estrellas)	
		5.	Estancia de turismo (1 a 4 Estrellas)	
		6.	Campamento de turismo (3era y 1era clase)	
		7.	Hato, finca o hacienda de turismo (1 a 4 Estrellas)	
		8.	Posada de turismo (1 a 4 Estrellas)	
		9.	Establecimiento especial de alojamiento de turismo	
	2. Equipamiento Complementario	1. Esparcimiento	1.	Cines
			2.	Clubs turísticos o recreacional
			3.	Balnearios
			4.	Paradores
			5.	Miradores
			6.	Marinas
7.			Centros nocturnos	
8.			Salas de juego	
9.			Casinos	
10.			Tiendas de arte	
11.			Tiendas de artesanías	
12.			Galerías de arte	
13.			Mercados artesanales	
14.			Centros comerciales	
15.			Otros	
3. Servicios turístico	2. Alimentos y bebidas	1.	Restaurantes	
		2.	Cafeterías, heladerías y Fuentes de soda.	
		3.	Barra-discotecas y cervecerías	
		4.	Comidas rápidas.	
		3. Eventos programados	1.	Centro de convenciones
			2.	Salones para eventos
			3.	Plaza de toros.
			4.	Mangas de coleo, rodeo, otros.
			5.	Galleras
	6.		Autódromo	
	4. Servicios financieros	7.	Hipódromo	
		8.	Complejos feriales	
		9.	Otros	
		1. Agencias de viajes y turismo	1.	Agencias de viajes y turismo
			1.	Terrestres
2.			Aéreas	
2. Empresas de transporte turístico		3.	Acuáticas	
		4.	Alquiler de vehículos	
		5.	Alquiler de naves	
	6.	Alquiler de aeronaves		
	7.	Otros		
	3. Información al turista	1.	Módulos de información	
		2.	Servicios de guías de turismo	
3.		Seguridad turística		
4.		Centro sanitario para el turismo		
5.		Otros		

Fuente: Caldera et al. (2000).

D. Accesibilidad y Transporte

El desplazamiento entre un centro emisor y un receptor es fundamental para que se pueda dar el turismo. Uno de los aspectos esenciales para la localización de la actividad turística y en consecuencia para la definición del espacio destinado al turismo es el grado de accesibilidad y la utilización de los distintos medios de

transporte, tanto en términos de accesibilidad física, como de accesibilidad del mercado, es decir en cuanto a su proximidad (distancia / tiempo). En relación a los centros emisores de la demanda (Tabla 6).

Tabla 6. Clasificación de la accesibilidad y transporte.

Categoría	Subcategoría	Tipos	Clases
1. Medio terrestre	1. Espacio terrestre transitable	1. Sistema de vialidad urbana	1. Expreso 2. Arterial 3. Colector 4. Local
		2. Sistema de vialidad extra urbana	1. Troncal 2. Local 3. Ramal 4. Sub-ramal
	2. Servicio de transporte	1. Modos de servicio	1. Auto bus 2. Carrito p/puesto 3. Taxi
		1. Terminal de pasajeros	1. Pasajeros 2. Turístico
	3. Servicio de conexos al transporte	2. Paradores viales	1. Pasajeros 2. Turístico
		3. Estacionamientos.	
2. Medio acuático	1. Espacio acuático navegable	1. Rutas acuáticas	1. Marítima 2. Lacustre 3. Fluvial
	2. Servicios de transporte acuático	1. Modos de servicios	1. Ferry 2. Transoceánico atlántico (cruceros) 3. Lancha (over craft) 4. Canoa 5. Piragua 6. Catamarán 7. Otro
			3. Servicios conexos al transporte
3. Medio Aéreo	1. Espacio aéreo navegable	1. Rutas aéreas	1. Internacional 2. Nacional 3. Regional
	2. Servicios de transporte aéreo	1. Modos de servicio	1. Avión 2. Aeroplano 3. Hidroavión 4. Helicóptero
			3. Servicios conexos al transporte

Fuente: Caldera et al. (2000).

2.2.3 Desarrollo Sostenible

A finales del siglo XX hace su aparición el término de desarrollo sostenible, como resultado de la toma de conciencia por los problemas de deterioro ambientales acelerados derivados de la situación de crisis presentes en el planeta, y con el ambicioso objetivo de guiar a la humanidad en su afán de crecimiento y de supervivencia. Se trata de un concepto que ofrece una visión futura a la problemática tanto ambiental como a la distribución desigual de los recursos y que es acogida con gran éxito por la comunidad internacional (Tabla 7).

Tabla 7. Eventos claves internacionales importantes para el Desarrollo Sostenible

Año	Evento
1980	“Estrategia Mundial para la Conservación 1980” (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza / Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas / World Wildlife Fund)
1987	“Nuestro futuro común” (Informe Brundtland) (Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas)
1992	Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y Desarrollo en Río de Janeiro sobre Medio Ambiente y Desarrollo”, “Convención del Cambio Climático”, “Convención de la Diversidad Biológica”, y “Agenda 21”.
1997	Conferencia Río + 5: “Programa para la Implementación de la Agenda 21” (Comisión sobre el Desarrollo Sostenible)
2002	Conferencia Mundial sobre el Desarrollo Sostenible en Johannesburgo (Comisión sobre el Desarrollo Sostenible)

Fuente: Elaboración propia adaptado de Ayuso 2003 y Pili 2005.

El concepto de sostenibilidad (o también llamado sustentabilidad) cobra presencia internacional desde que aparece en la “Estrategia Mundial para la Conservación 1980” desarrollada por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (IUCN), el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas (UNEP) y el World Wildlife Fund (WWF), en donde se define como “una característica de un proceso o estado, que puede mantenerse indefinidamente” (IUCN, UNEP y WWF en Ayuso 2003: 18).

En 1987 la idea de desarrollo sostenible es popularizada a través del informe “Nuestro futuro común” de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (World Commission on Environment and Development, WCED) de las Naciones Unidas, el llamado informe Brundtland propone la siguiente definición ya famosa: “el desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (WCED en Ayuso 2003: 18).

Sin embargo, este término según Fernández (2003), tiene algunos problemas. Uno es su ambigüedad, lo que ha favorecido la proliferación de interpretaciones. La propia traducción al castellano de *sustainable development*, por ejemplo, ha dado lugar a una primera confusión, ya que “desarrollo”, en castellano, se usa como sinónimo de “crecimiento”, mientras que el *development* inglés significa tanto “crecimiento” como “evolución”. El término castellano puede camuflar una de las aportaciones centrales del concepto: el rechazo a la idea base del pensamiento económico ortodoxo, el crecimiento ilimitado (Fernández y Guzmán 2003).

Otro problema radica en su generalidad, traducida en una escasa operatividad. Faltan, por ejemplo, referencias sobre cuáles son las necesidades mínimas de satisfacción universal, con qué criterios deben satisfacerse o qué garantizar a las

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

generaciones futuras. Pero, a pesar de estas dificultades, el concepto tiene el acierto de esbozar una filosofía, de apuntar una dirección general de actuación que puede ser útil. Éstos son sus rasgos básicos:

- Deja clara la necesidad de conservar los recursos naturales.
- Asume la existencia de límites físicos que hacen imposible el crecimiento sin fin.
- Enfatiza la necesidad de alcanzar objetivos sociales (satisfacer las necesidades de la generación actual y de las futuras), en lugar de objetivos individuales.

Está inspirada en la solidaridad *intra* e *intergeneracional* (Fernández y Guzmán 2003).

El concepto se consolida institucionalmente en la Conferencia de las Naciones Unidas (ONU) sobre el medio Ambiente que tuvo lugar en Río de Janeiro en Junio de 1992. En la llamada “Cumbre de la Tierra”, 182 estados adoptaron el programa de acción “Agenda 21” que identifican los principales problemas ambientales y proporciona una estrategia de transición hacia modelos de desarrollo aptos para asegurar el futuro del planeta.

En el año 2002, se realiza la cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible en la ciudad de Johannesburgo, donde se hace un llamado en el marco de su plan de implementación a la promoción del desarrollo sustentable como una de varias vías para gestionar y proteger los recursos naturales basándose en el desarrollo económico y social (Programa de Naciones Unidas para el medio Ambiente “PNUMA”, OMT 2006; Gili 2005).

Con el tiempo la definición de desarrollo sostenible ha evolucionado incorporando el énfasis de los aspectos económicos, sociales y ambientales de la sostenibilidad con la idea de la participación de todos los sectores de la sociedad en la toma de decisiones y la diferenciación de responsabilidades de los países ricos y pobres (Meadowcroft en Ayuso 2003). Se suelen distinguir tres (3) dimensiones del desarrollo sostenible:

- La sostenibilidad ambiental que debe garantizar que el desarrollo sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales, de la diversidad biológica y de los recursos naturales,
- La sostenibilidad social y cultural que debe garantizar que el desarrollo sostenible aumente el control de los individuos sobre sus vidas, sea

compatible con la cultura y los valores de las personas, y mantenga y refuerce la identidad de las comunidades.

- La sostenibilidad económica que debe garantizar que el desarrollo sea económicamente eficiente, beneficie a todos los agentes de la región afectada y que los recursos sean gestionados de manera que se conserven para las generaciones futuras.

Una visión del desarrollo sostenible muy extendida es la integración de estas dimensiones, objetivos y funciones centradas en el desarrollo humano. Este enfoque resalta la interacción entre los tres (3) subsistemas (ambiental, sociocultural y económico), y como la degradación de un (1) subsistema puede afectar de forma negativa a todo el sistema del progreso o bienestar humano (Figura 7).

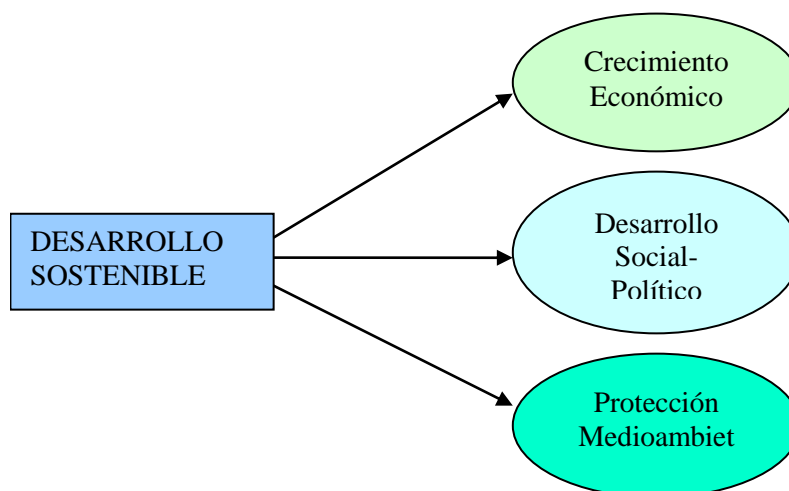


Figura 7. Dimensiones del Desarrollo Sostenible

Fuente: Elaboración propia a partir de Martínez 2003

Si bien es cierto que este enfoque de sostenibilidad tiende como estado o proceso al equilibrio de las áreas mencionadas es un tanto idealista; sin embargo, puede ser útil como guía en las decisiones que se tomen para promover el desarrollo sostenible donde siempre se deberán tomar en cuenta estas tres (3) dimensiones.

Por tanto, hay que asumir desde un principio que la sostenibilidad no es un mero objetivo a alcanzar, ni una estrategia *per se*, sino que como señala Novo (2006:152):

“Desarrollo sostenible significa situarse en otra óptica [...]. Supone, desde luego, una transformación radical en las relaciones entre economía, ecología y ética; significa comenzar a pensar con una lógica diferente, tomando en cuenta los límites de la biosfera, la redistribución social y la diversidad cultural”.

En definitiva, se trata de un proceso de cambio que tiene como marco la explotación de los recursos armónicamente, la orientación de las inversiones, la

aplicación de técnicas y la evolución de las empresas e instituciones, así como políticas de crecimiento que los gobiernos nacionales, estatales o local implementen con el fin de reforzar un potencial socio-económico apto para resolver las necesidades y aspiraciones presentes del ser humano sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones por la degradar ni sobre utilizar de sus recursos.

A. Desarrollo Sostenible y Turismo

La aplicación de los principios de la sostenibilidad al turismo, no supone una aportación novedosa en el campo de la planificación turística, probablemente tampoco en ningún otro campo (Vera, Rebollo y otros, 2001). El concepto de turismo sostenible ha sido objeto de interpretaciones erróneas y simplistas (Pulido y Sáez 2011: 259). En este sentido, Lim y Cooper (2009: 90) en Pulido y Sáez (2011:259) reconoce que “el concepto de turismo sostenible ha sido objeto de múltiples definiciones criticadas como ambiguas, vagas, sectoriales, demasiado conceptuales y que generan confusión al vincularlo exclusivamente con las cuestiones ambientales”. Igualmente Fernández y Guzmán (2003: s/p) manifiesta que “no se debe creer que un turismo sostenible exige áreas protegidas y vírgenes o que se relaciona exclusivamente con ciertas modalidades de turismo como el ecoturismo, el agroturismo, el turismo aventura, entre otros”.

La primera referencia sobre la aplicación del concepto de desarrollo sostenible al turismo aparece en 1991, en el 41º Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST).

Entre otras conclusiones este congreso manifestó que, mientras las necesidades locales no sean situadas antes que los objetivos de la industria turística, no puede existir un desarrollo sostenible de la actividad turística, surgiendo de aquí la primera definición como: “aquel que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos. El turismo debe integrar las actividades económicas y recreativas con el objetivo de la conservación de los valores naturales y culturales”.

Ahora bien, sus principios se ha cohesionado dentro de un concepto integrador que ha calado en las instituciones, agentes sociales y opinión pública, en un contexto en el que las políticas de desarrollo y la evolución del mercado turístico obliga a un equilibrio irrenunciable entre el crecimiento económico, la preservación ambiental y la equidad social. En este contexto la Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo sostenible como aquel que:

“Atiende a las necesidades de los turista actuales y de las regiones de destinos, al mismo tiempo que protege y garantiza la actividad de cara al futuro. Se concibe como una forma de gestión de todos los recursos de forma que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas al mismo tiempo que se conservan la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que soportan la vida” (OMT 2003: 20).

En el marco de esta declaración, la OMT amplía los principios de desarrollo turístico sostenible, a la conservación de los recursos naturales históricos y culturales, a la necesidad de una adecuada planificación y gestión de la actividad, por parte de los gobiernos y de todos los sectores involucrados en el quehacer turístico.

Es menester señalar que, todo turismo tiene que ser sostenible (Millán 2005). Para conseguirlo existen suficientes aportaciones que proporcionan la metodología a aplicar en su gestión. Así, la Declaración de la Haya adoptada por la Conferencia Interparlamentaria sobre Turismo de fecha 14/04/1989 la OMT señala entre sus principios:

“La integridad del medio natural, cultural y humano es condición fundamental para el desarrollo del turismo. Además una gestión racional del turismo puede contribuir, considerablemente a la protección y a la mejora del entorno físico y del patrimonio cultural, así como el aumento de la calidad de vida” (Ayuntamiento de Elche citado por Millán 2005. s/p.).

El objetivo es conseguir una planificación y gestión de la actividad turística en la que se tenga en cuenta las limitaciones que imponen el territorio y el uso racional de los recursos que ofrece el mismo. Así como involucrar las comunidades locales en la conservación de sus valores culturales y fomentar entre los empresarios la idea de que la sostenibilidad es un negocio rentable.

Por lo cual debe orientarse el desarrollo turístico hacia el control de sus impactos en el medio natural y sociocultural, ya que los costes de regeneración son muy elevados y en algunos casos el deterioro del recurso turístico es irreversible lo cual apuesta por la sostenibilidad y la autenticidad de los lugares.

En 1995 en la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible realizada en Lazarote (España), donde los organismos representados suscribieron la “Carta de Turismo Sustentable”, constituye un marco de referencia amplio para la definición del desarrollo turístico sostenible y los principios fundamentales que convencionalmente se atribuyen a este concepto, cuyos principios resumidos son los siguientes (Tabla 8).

Tabla 8. Principios de la Carta del Turismo Sostenible de Lanzarote.

1. El desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales.
2. El turismo tendrá que contribuir al desarrollo sostenible, integrándose en el entorno natural, cultural y humano, debiendo respetar los frágiles equilibrios de muchos destinos turísticos.
3. Considerar los efectos inducidos sobre el patrimonio cultural y los elementos, actividades y dinámicas tradicionales de las comunidades locales.
4. Participación de todos los actores implicados en los procesos, tanto públicos como privados Logrando cooperación a todos los niveles: local, nacional, regional e internacional.
5. La conservación, la protección y la puesta en valor del patrimonio natural y cultural, Por parte de todos los responsables.
6. Los criterios de calidad orientados a la preservación del destino turístico y a la capacidad de satisfacción del turista, determinados conjuntamente con las comunidades locales y basados en los principio del desarrollo sostenible.
7. El turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por la economía local, garantizando su plena integración.
8. Repercutir de forma efectiva en la mejora de la calidad de vida de la población e incidir en el enriquecimiento sociocultural de cada destino.
9. Los organismos competentes, deben promover la planificación integrada del turismo.
10. Impulsar medidas que permitan un reparto más equitativo de los beneficios y cargas producidos por el turismo.
11. La promoción de formas alternativas de turismo coherentes con los principios del desarrollo sostenible, así como el fomento de la diversificación de los productos turísticos.
12. Apoyo y promoción de sistemas de gestión turística ambientalmente compatibles.
13. Diseñar marcos específicos de acciones positivas y preventivas que garanticen un desarrollo turístico sostenible, estableciendo programas que apoyen la ejecución de dichas prácticas.
14. Atención especial al papel del transporte y sus efectos sobre el medio, así como al desarrollo de instrumentos y medidas orientadas a reducir el uso de energías y recursos no renovables, fomentando el reciclaje y la minimización de residuos.

Fuente: Adaptado de la Conferencia Mundial del Turismo Sostenible (Lanzarote 1995),

Igualmente la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, expresa que “siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible”. Una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende (Carta de Lanzarote 1995), con el fin de asegurar su durabilidad.

El concepto de turismo sostenible se define: como aquel cuya viabilidad en una determinada zona se pueda mantener por un período de tiempo indefinido sin reducir la capacidad de las comunidades locales de satisfacer plenamente sus necesidades, tanto de la generación presente como en las venideras, en tal sentido un producto turístico es sostenible sino esquilma los recursos naturales del medio, sino contamina a unos ritmos superiores a los que la propia naturaleza asimila, sino congestiona el espacio disponible, sino genera tensiones sociales y pérdida de identidad cultural, entre otros; y, permite que se produzca el desarrollo sin degradar

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

o agotar los recursos que posibilitan ese desarrollo (Rivas 2004; OMT 2004; y Romero 2007:46).

Son muchas las definiciones que ha ido apareciendo sobre turismo sostenible, aunque es lógico pensar en utilizar la definición realizado por el Comité de Desarrollo Sostenible del Turismo de la Organización Mundial del Turismo (OMT), que pone énfasis en el equilibrio entre los aspectos ambientales, sociales y económicos del turismo, su contenido íntegro es el siguiente (OMT 2004: 7):

“Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo”.

Por tanto, el turismo sostenible debe “dar un paso óptimo a los recursos ambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica” (OMT 2004: 7). Desde la sostenibilidad ambiental se analiza el impacto del turismo en los recursos naturales, el valor de uso y no uso de estos recursos por el acceso irrestricto a ellos y la internalización de los costos en los servicios turísticos para su conservación incluyendo la inversión para evitar su deterioro. La utilización de la oferta de servicios ambientales para el turismo es la base del turismo de placer y un componente importante de todos los tipos de turismo; sin embargo, es necesario usarla de manera racional y cuidadosa y no se puede plantear formas de turismo que pudiera ser inclusive más dañino para el medioambiente (Carner 2001).

“Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia internacional” (OMT 2004: 7). La sostenibilidad social permite apoyar una serie de estrategias que incluyen la utilización del turismo para el desarrollo efectivo de los habitantes de un país o de una localidad en términos de empleo, mejoramiento del acceso de la población a servicios de infraestructura básica, de salud, de educación, capacitación en términos de equidad, tanto social como de género, así como de conservación y enaltecimiento de la identidad cultural de los recursos humanos, es decir el mejoramiento del bienestar material y psicológico de las poblaciones de las zonas que reciben turismo (Carner 2001). Desde el punto de vista social, es preciso que la actividad turística no

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

conduzca hacia la fragmentación de la sociedad ni hacia la aparición de guetos turísticos. De la misma manera, resulta fundamental que la comunidad local se involucre participando directamente en el desarrollo de los proyectos turísticos (Antón et al. 2005: 55).

Según Salvador Antón (et al 2005: 55) se puede hablar de las “4E” como argumento básico para resolver de forma satisfactoria el desarrollo turístico en el ámbito social:

- a) **Equidad.** Asegurar que todos los miembros participantes en turismo tienen igualdad de condiciones y son tratados de forma justa.
- b) **Igualdad de oportunidades** (*equal opportunities* en inglés), tanto para los trabajadores como para los turistas.
- c) **Ética.** Es preciso que la industria turística no engañe a los turistas y que sea honesta en su trato con los proveedores. Por su parte los gobiernos deben tener comportamientos éticos hacia los residentes y los turistas.
- d) **Equidad de trato.** Es preciso que los turistas consideren a las personas que les sirven como iguales, sin sentimiento de superioridad.

Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza (OMT 2004).

Ahora, según Pulido Juan y Sáez Antonia (2011), resalta una cuarta dimensión denominada *institucional*, a pesar de ser un factor clave para la consecución de avances en el resto de dimensiones a largo plazo, solo recientemente ha sido incorporada en la literatura describiéndolo así:

“el sostenibilidad requiere un enfoque holístico y sistémica que permita intervenciones integradas que consideren las interacciones complejas y dinámicas de los problemas económicos, ambientales, culturales y sociales a los que se enfrentan los actuales procesos de desarrollo. La sostenibilidad, por tanto, tiene un carácter multidimensional, es un paradigma que incorpora tres dimensiones interrelacionadas social, ambiental y económica que interaccionan en el marco de una cuarta institucional” (Pulido y Sáez 2011: 260) (Figura 8).

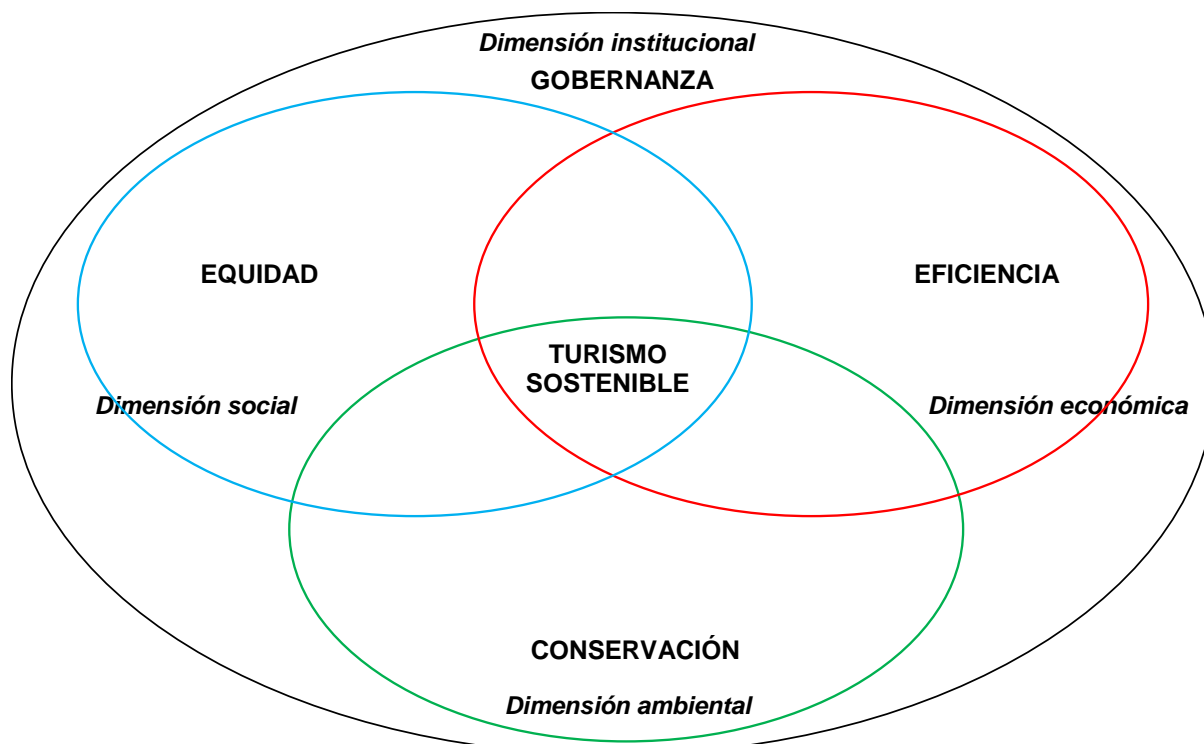


Figura 8. Multidimensionalidad de la Sostenibilidad Turística

Fuente: Elaboración propia a partir de Pulido y Sáez 2011

Avanzar en materia de sostenibilidad requiere un equilibrio entre las tres (3) dimensiones básicas: eficiencia en el uso de los recursos (dimensión económica), equidad intra e inter-generacional (dimensión social) y conservación y valoración del patrimonio natural y cultural (dimensión ambiental); que, como ya se empieza a reconocer, es muy probable que no se produzca si no es en el marco de una cuarta dimensión, la institucional (Pulido y Sáez 2011: 261).

La dimensión de la institucionalidad o “cuarta dimensión de la sostenibilidad” está referida con la propensión al cambio que asumen las instituciones respecto al paradigma de la sostenibilidad; a la interacción humana y a las normas, valores y prácticas por las que se rigen, será imposible un cambio de modelo si necesariamente no es impulsado por los poderes públicos, donde se valora la actitud proactiva de las instituciones como líderes. Los gobiernos, de cualquier nivel administrativo deben asumir la responsabilidad de proporcionar el marco referencial necesario y orientar cualquier intervención territorial (Pulido y Sáez 2011).

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un segmento constante de los impactos para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias. Medidas

que deben estar “por encima de la alternancia en el poder y de las prioridades estratégicas de cada grupo de gobernante, pues la sostenibilidad no es un valor intercambiable, sino una exigencia ineludible para el uso racional y equitativo de los recursos” (Pulido y Sáez 2011: 265).

El turismo sostenible requiere un proceso eminentemente participativo su éxito parte en gran medida de la capacidad de las instituciones para involucrar a la sociedad tanto los residentes como los visitantes haciéndoles sentir como protagonistas. La gobernanza se convierte pues en un factor clave para la consecución de la sostenibilidad que requiere de un proceso continuo de aprendizaje e incorporación de innovaciones.

Por lo tanto, la sostenibilidad turística, es un concepto transversal, complejo multidimensional e integral que aglutina diversas pretensiones y enfoques. Entendemos que un producto turístico es sostenible si no daña los recursos naturales del medio, si no contamina y no genera tensiones sociales y pérdida de identidad cultural. La OMT (1999:17) añade que, una iniciativa turística será sostenible, si permite mantener los valores naturales y culturales sobre los que basa el equilibrio de la comunidad y que han permanecido en una situación de equilibrio fluctuante durante largos periodos de tiempo.

2.2.4 Planificación

Expuesto los planteamientos que sustentan esta investigación sobre el desarrollo sostenible es necesario identificar las herramientas utilizadas para poder estudiar las potencialidades con que cuenta el área patrimonial altagraciana, para el desarrollo sostenible del turismo y proponer algunas estrategias fundamentales que, sirva de base como elemento orientador, teniendo presente que el turismo como actividad económica permite definir los distintos aspectos para entender el fenómeno, y orientar su forma de estudio, en especial lo relacionado con la oferta y la demanda lo cual implica que, se puedan aplicar teorías para la planificación económica y buena parte de sus técnicas específicas adaptándolas a sus diferentes particularidades.

Estas diferencias deben ser congruentes con las potencialidades concretas de cada región y en particular la relacionada con este estudio, atendiendo al aprovechamiento adecuado y racional del medio turístico, las formas de organización que respetan el entorno y las características de las estructuras

culturales locales (Casasola 2002), para no ser vista la planificación como un mero proceso económico. Al respecto, Sergio Molina (1987: 51) plantea:

“La planificación es el resultado de un proceso lógico de pensamiento mediante el cual el ser humano analiza la realidad circundante y establece los medios que le permitirán transformarla de acuerdo con sus intereses y aspiraciones. Resulta así, que la forma adecuada de planificar consiste en analizar objetivamente una realidad y condicionar las acciones al problema”.

La planificación ha sido un instrumento necesario por la cantidad de actividades y necesidades múltiples del hombre que ha creado para ordenar, dirigir e impulsar su propio desarrollo y así racionalizar en cualquier nivel (social, económico, político, cultural, entre otros) su actuación y modo de responder al entorno circundante, para lo cual prosigue Molina (1987: 52):

“La planificación como un conjunto de actividades tendientes a la transformación del comportamiento de un fenómeno, en función de ciertos objetivos. Es a través de la planificación como un determinado fenómeno puede llegar a comportarse de la manera que todos esperan. En este sentido, la planificación constituye una forma de aproximación, de una realidad existente a una realidad deseada y, por ello, es un instrumento para la satisfacción de las necesidades humanas y sociales”.

Es entonces, a través de una serie de pasos racionalizados, que el hombre explica los propósitos, se evalúa continuamente y minimiza la improvisación, siendo la planificación la herramienta de emplear para optimizar los recursos, satisfacer sus necesidades, conseguir el desarrollo económico y social, y encontrar el equilibrio espacial y funcional. En la misma forma como el hombre piensa, medita y ordena su vida particular, debe pensar, meditar y ordenar su trabajo, según Aceranza (2002: 37):

“La planificación consiste en determinar los objetivos del trabajo, ordenar los recursos materiales y humanos disponibles, determinar los métodos técnicos aplicables, establecer la forma de organización y precisar todas las especificaciones necesarias para que la conducta de la persona o grupo de personas que intervendrán en la ejecución de los trabajos se encauce racionalmente hacia el logro de los resultados pretendidos” (Aceranza 2002: 37).

Por lo tanto, para este autor la planificación no es un fin en sí misma es un medio para logra un fin determinado y al que se desee llegar.

2.2.5 Estrategia

Como parte de esta investigación es importante abordar la planificación y contextualizar sobre el concepto de estrategia. Al igual que en el caso de la planificación, existen numerosas definiciones de estrategia, el análisis etimológico

explica ciertas connotaciones, ciertas relaciones casi subliminales a nivel de consciencia colectiva, lo que se traduce en estar asociarlo con lo militar con lo bélico, las definiciones por tanto redundan frecuentemente en este ámbito. La palabra estrategia proviene del griego “*strategos*”, y que significa literalmente “general” (Pérez B. 2011).

James B. Quinn (en Aceves 2004:5), considera que la estrategia es “el modelo o plan que integran las principales metas, políticas y cadenas de acciones de una organización dentro de una totalidad”. También afirma que va mucho más allá, ya que supone el conocimiento exacto y real de las fuerzas y debilidades propias y de la competencia, los cambios en el ambiente.

Hermida (en Aceves 2004: 5) concibe la estrategia como “la adaptación de los recursos y habilidades de la organización al entorno cambiante, aprovechando sus oportunidades y los riesgos”.

Miguel Acerenza (2002: 99) plantea que la estrategia es el “medio empleado para el despliegue de los recursos disponibles hacia el logro de los objetivos”.

Pérez Bernal (2011), las denomina como “las directrices que permiten seleccionar las actuaciones específicas y concretas que nos van a servir para poder conseguir los propósitos definidos inicialmente” (Pérez B. 2011: 89).

Siguiendo a Mintzberg y otros, hay cinco (5) maneras distintas de entender el concepto de estrategia, las denominadas las “cinco p de la estrategia”, que a la vez son componentes y elementos nucleares de la misma:

1. Estrategia como Plan: sería un hecho deliberado (cálculo).
2. Estrategia como Pauta de Acción: sería un hecho emergente (azar).
3. Estrategia como Proceso: sería una combinación de hecho deliberado y de hecho emergente (cálculo + azar).
4. Estrategia como Posición: sería un punto a ocupar (mercado, política, entre otros).
5. Estrategia como Perspectiva: sería una forma única de ver las cosas (Mintzberg y otros en Pérez 2011: 82; Aceves 2004: 6).

Las estrategias según Mintzberg (op. cit. pp 15-16) tienen cuatro (4) características esenciales:

1. Se elaboran antes de emprender las acciones.
2. Se trazan de manera consciente.
3. Se busca un propósito determinado.
4. Dan una ventaja sobre los competidores.

La estrategia puede ser diseñada con antelación definida como *intentadas* (o explícitas) surgen de un proceso sistemático y analítico desarrollado desde el nivel más alto o por el contrario ser de origen emergentes (implícitas no planeadas), cuando surgen de las acciones emprendidas sin una definición explícita previa.

Para Ruiz (2012:47), propone algunos elementos que debe manejar la formulación de una buena estrategia:

- Ser capaz de alcanzar el objetivo deseado.
- Realizar una buena conexión entre el entorno y los recursos ser factible y apropiada.
- Ser capaz de proporcionar ventajas competitivas; ser única y sostenible en el tiempo.
- Dinámica, flexible y capaz de adaptarse a las situaciones cambiantes.

Por su parte Mintzberg (en Pérez 2011: 164) propone que para evitar errores en la formulación de estrategias, estas deben ir unidas con la implantación, su división crea el problema de imposibilitar el aprendizaje, de manera que en la práctica la estrategia pueda ser ajustada y revisada constantemente a la luz de la experiencia, y que en todo proceso de diseño de la estrategia participen aquellos miembros que posteriormente vayan a participar en su implantación.

A su vez, el desarrollo de la estrategia es un proceso multidimensional que debe incluir tanto el análisis racional y la intuición como experiencia y emoción. Sin análisis, el proceso de la formulación de la estrategia es probable que sea caótico, igualmente lo será si no se tiene en cuenta el aprendizaje mediante la experiencia y la implantación práctica. Por lo tanto, el proceso de formulación estratégica debe incluir intuición, reflexión e interacción entre pensamiento y acción (op. cit. pp. 164)

Por su parte para Ruiz (2012), la aplicación de estrategias fracasan por dos (2) tipos de razones: la primera por ser unas estrategias inapropiadas y la segunda por ser de pobre implementación. La estrategia puede ser inapropiada debido a:

- Recogida inapropiada de información
- No se ha entendido la verdadera naturaleza del problema.
- Es incapaz de obtener el objetivo deseado.
- No encaja los recursos con el entorno o no es realizable

Una estrategia puede ser de pobre implementación debido a:

- Sobrestimación de los recursos
- Fracaso de coordinación
- Intento poco efectivo de obtener el soporte de otros.

- Subestimación de los recursos de tiempo, personal (actores involucrados), o financieros.
- Fracaso en seguir el plan establecido.

Si bien estas condicionantes está enfocadas más hacia las organizaciones empresariales no hay duda que pueden orientar la formulación e implementación.

Una estrategia bien formulada permite canalizar esfuerzos adoptar una posición singular y viable, basada en sus capacidades internas (fortaleza y debilidades), anticipar cambios del entorno (oportunidades y amenazas). La estrategia debe ser flexible y está sujeta a modificaciones a medida que cambia la situación y se dispone de nueva información (Francés 2006).

En síntesis para esta investigación la formulación de estrategias permitirá que partiendo de la realidad contextual de las capacidades internas como son las fortalezas y debilidades del área y espacio de estudio, aprovechar y proponer cambios en el entorno presentes como oportunidades o amenazas que pueden ser aprovechadas y definir como sintetiza Pérez, las directrices y seleccionar las actuaciones o estrategias específicas y concretas que nos van a servir para poder conseguir el propósito definido inicialmente como es para lograr la puesta en valor turístico del territorio en estudio.

2.2.6 Planificación Estratégica

Según Fred David (1997), la planificación estratégica puede definirse como la formulación ejecución y evaluación de actividades que permitan que una organización alcance sus objetivos. La formulación de estrategias incluye la identificación de las debilidades y fortalezas internas de la organización, sus amenazas y oportunidades externas, así como también el establecimiento de misiones de la organización, la fijación de los objetivos, las estrategias alternativas, el análisis de estas y la decisión de escoger.

El proceso de planificación estratégica puede considerarse como un enfoque objetivo y sistemático que trata de organizar información cualitativa y cuantitativa, que permita la toma de decisiones.

La finalidad de la planificación estratégica es anticiparse y responder a los cambios del entorno, tratando de mantener la empresa u organización turística adaptada de forma óptima y continua para que pueda aprovechar al máximo las oportunidades que se presentan y los recursos internos que puedan proporcionarle una ventaja competitiva (Serra 2005: 373). La planificación estratégica es un

proceso continuo abierto, ya que así lo exige la permanente adaptación a un entorno que cambia constantemente.

La planificación estratégica establece según Acerenza (2002: 73) los grandes ejes de desarrollo turístico y se puede definir como “el proceso destinado a determinar los objetivos generales del desarrollo, las políticas y las estrategias que guiarán los aspectos relativos a las inversiones, el uso y el ordenamiento de los recursos utilizables con este fin”.

Otros autores como Michael Porte, Bordas plantean que la planificación estratégica debe “consistir en un guión de desarrollo turístico, tanto para el sector público como para el sector privado, cuyas directrices deben implicar a todas las partes afectadas” (Bordes en Francesc 2003). Se trata de establecer un marco adecuado de modo tal que tanto las empresas turísticas como las comunidades se puedan ver beneficiadas. Y según Armijo (2009) está definida como:

“una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les imponen el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen” (Armijo en Pérez B. 2011: 85).

Por su parte Fernández Güel (2007) aporta como respuesta a la situación de gestión urbana en estas palabras “la planificación estratégica aparece como un instrumento innovador que puede abordar los complejos problemas de gobernabilidad que experimentan numerosas áreas metropolitanas y regiones urbanas” (Fernández en Pérez B. 2011: 100).

De acuerdo con las definiciones planteadas se infiere que la planificación estratégica es un proceso integral, flexible, continuo, participativo, que implica la generación de proyectos, acciones o estrategias, con el objetivo de satisfacer las necesidades y problemas detectados en una población o comunidad determinada, cuya acción se fundamenta en una perspectiva temporal de corto, mediano y/o largo plazo, permitiendo así solidificar las bases para el desarrollo integral y sostenible de una nación.

Por tanto para esta investigación la planificación estratégica operativamente permite como característica principal la formulación de estrategias para alcanzar un fin, en este caso la puesta en valor turístico del frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altagracia, partiendo de un diagnóstico de la situación actual se pueden llegar a la formulación de estrategias que se tomaran para llegar al futuro

deseado, el cual puede estar referido como se manifestó en el párrafo anterior a mediano o largo plazo.

A. Planificación Estratégica Territorial

Como metodología la planificación estratégica es factible de usarse y aplicarse a multitud de problemáticas entre ellas el territorio, ya que puede concretar los métodos de la planificación estratégica en el proceso de ordenar y organizar un territorio desde un punto de vista integral.

Según Correa Irene (2009), define la planificación estratégica territorial como

“la construcción colectiva de una visión compartida del futuro de un determinado territorio, mediante procesos de participación, discusión y capacidad de escuchar,... siendo un pacto entre administradores, administrados y socios para llevar a la práctica dicha visión a través de una estrategia y una consecuente serie de proyectos, conectados de forma diversa, justificados, valorado y compartidos” (Correa 2009 en Pérez B. 2011: 95).

Por su parte para Fernández Güell (2007) caracteriza la planificación estratégica de ciudades como:

“un proceso sistemático, creativo y participativo que sienta las bases de una actuación integrada a largo plazo, que define el modelo futuro de desarrollo, que formula estrategias y cursos de acción para alcanzar dicho modelo, que establece un sistema continuo de toma de decisiones y que involucra a los agentes locales a lo largo de todo el proceso” (Fernández 2007 en Pérez B. 2011: 96).

Las características de la planificación estratégica territorial según García, Calderón, Podadera y otros (en Pérez B. 2011: 96), en cuanto a la finalidad de la misma o su vocación cuando se emplea, tendremos que son las siguientes:

- Está orientada para conseguir el éxito, para ganar.
- Debe haber beneficios generalizados para todos los grupos implicados.
- El plan estratégico territorial debe ser único, propio y peculiar.
- Deben estar implicados la totalidad o la mayor parte de los agentes del territorio.
- Requiere madurez en estructura económica y social del territorio y la existencia de un liderazgo del proceso por al menos uno de los agentes participantes en el mismo.
- Es una acción integrada manifestada en los beneficios de la actuación y en el fortalecimiento del tejido social.
- Es esencialmente un plan de acción.

- Tiene un carácter flexible.
- Supone una mercantilización del territorio.
- Tiene mucho protagonismo la proyección internacional.

La aplicación de la planificación estratégica al territorio tiene características muy distintas a las de su empleo en el ámbito empresarial (o institucional) entre algunas de ellas que se alejan de la planificación estratégica empresarial:

- Máxima participación en la selección de objetivos y acciones.
- Máxima divulgación de las estrategias seleccionadas.
- Organización específica para la puesta en marcha de una política de planificación urbana.
- Organización mixta en la que participen los máximos responsables del gobierno local junto a los máximos responsables de los actores económicos y sociales.
- Realización de acciones emprendidas sectorialmente con proyección multi o transectorial.
- Búsqueda de bienestar colectivo fundado en la satisfacción de los intereses diversos.

Desde el punto de vista metodológico la planificación estratégica del territorio es un proceso que son por su esencia, flexibles y dinámicos, que operan y tienen su origen en entornos cada vez más complejos y con mayor grado de incertidumbre, no pueden tener una metodología común establecida de modo rígido, unívoco y completamente similar para todos los planteamientos y casuísticas posibles. Ya que tendrían que ser lo más cercanos posible a una derivación directa de las condiciones y características definitorias del territorio y del tiempo en que estén situadas para lograr la eficacia de la finalidad (Pérez B. 2011).

Sin embargo, es posible encontrar ciertas regularidades, ciertas tendencias comunes desde el punto de vista teórico metodológico como son: la Misión, la Visión, los objetivos Estratégicos, y las Estrategias.

Silva Lira, Iván (2003), propone un esquema metodológico con algunos aspectos concretos que resultan relevantes (Figura 9).

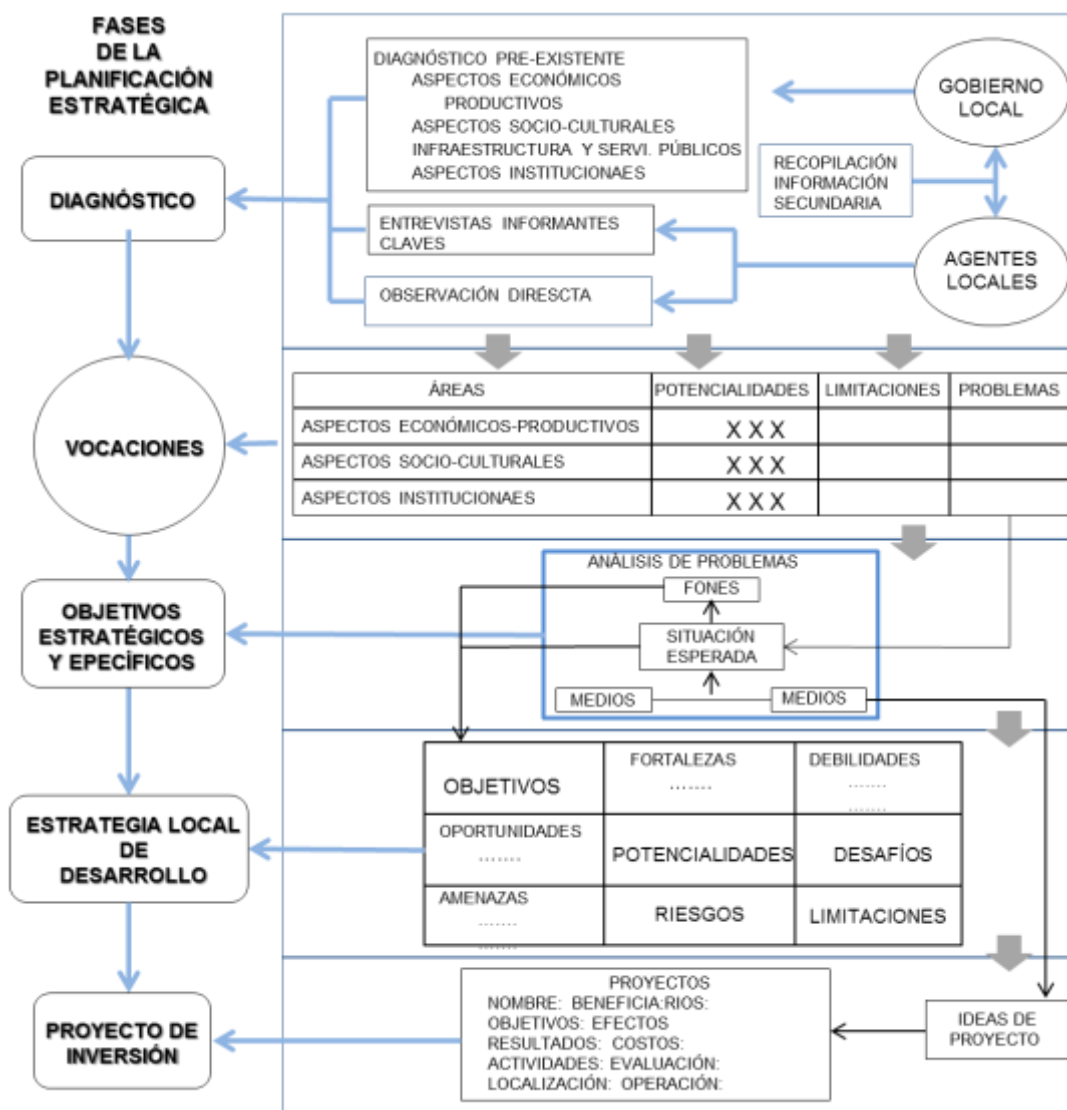


Figura 9. Fases de la Elaboración de un Plan Estratégico Territorial.

Fuente: Silva Lira, Iván (en Pérez B. y Sáez 2011:103).

En primer lugar partiendo del diagnóstico se determina lo que el autor denomina como “vocaciones” (potencialidades) estas hacen referencia a las aptitudes o características especiales que tiene el territorio en cuestión y sobre las cuales poder pivotar el proceso de desarrollo económico, ya que metodológicamente su aplicación se plantea territorialmente a un objetivo económico de una determinada zona.

En segundo lugar se explicita la técnica DAFO, elegida para realizar análisis internos y externos del territorio en función del diagnóstico, “vocaciones” y conjunto de objetivos que se hallan definido y concretado.

La matriz **DAFO** (por las iniciales de “debilidades, amenazas, fortalezas oportunidades” (Wehrich en Francés 2006), es una de las herramienta más utilizadas en la planificación estratégica, no es la única técnica con la que afrontar un proceso analítico; sin embargo, su uso y conocimiento está extraordinariamente

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

extendido y, además, presenta una ventaja adicional al definir, implícitamente, las estrategias a seguir luego de hacer un análisis cruzado entre los factores del ambiente externo (amenazas y oportunidades) y los factores del ambiente interno (fortalezas y debilidades). Al cruzar estos factores se desprenden las estrategias más adecuadas, dada la forma en que deben responder las características internas al entorno exterior (Francés 2006).

Partiendo de la Figura 7, encontrándose en una situación en la que se tiene un predominio de factores positivos tanto en el ámbito interno como externo (fortalezas y oportunidades), se desarrollaran estrategias que aprovechen al máximo las potencialidades existentes. Presentándose una situación donde se den elementos positivos en lo interno (fortalezas) y negativos en lo externo (amenazas) se implementarían estrategias que minimicen los riesgos. Si por el contrario los factores positivos vienen del exterior (oportunidades) y los negativos del interior (debilidades), se adoptarían estrategias que afronten los desafíos existentes. Y por último, si se presentan una conjunción de factores negativos tanto en lo interno como lo externo (debilidades y amenazas), se establecerán estrategias que procuren neutralizar las limitaciones presentes.

Es evidente que de todas las estrategias propuestas las que cuentan con mayor arrastre y presentan mejores resultados, son las que aprovechan al máximo las potencialidades, es decir las emprendidas con factores positivos a favor en ambos términos.

Si bien en esta investigación no se pretende llegar a la formulación de un plan estratégico territorial, si se manejarán partiendo de un diagnóstico situacional del territorio y una determinación de las aptitudes o potencialidades, la formulación y el uso de diferentes estrategias que potencien la puesta en valor del territorio en estudio.

B. Planificación del Desarrollo Turístico Local

En la actualidad, donde la globalización tiende a disminuir las autonomías y a aumentar las interdependencias, acelerando la interactividad entre agentes y territorios, se plantea como un punto de partida en los procesos de desarrollo la resignificación del rol de lo “local”. Entendiendo el desarrollo local según Vázquez Barquero (en Castellucci 2010: 232) como “un proceso de crecimiento y cambio estructural que mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio, conduce a la mejora del bienestar de la población de una localidad o

territorio”; identificando este autor como las relaciones económicas y sociales, las instituciones locales y los valores sirven de base al proceso de desarrollo.

En los últimos tiempos, se ha incrementado notablemente la participación en el desarrollo y la gestión de muchos aspectos del turismo de la administración local. Esta tendencia viene determinada por una serie de circunstancias que ha coincidido en el tiempo, entre las que destaca la cada vez más frecuente descentralización administrativa presente en diferentes países; una descentralización que revierte en una mayor responsabilidad de la administración local en todos los sectores, incluido el turismo. Asimismo, “la consideración del turismo como factor de desarrollo regional ha venido a reforzar el protagonismo de las administraciones locales y regionales en asuntos de índole turística” (Galán 2003).

Permitir que ciertos beneficios socio-económicos se reviertan a la sociedad y se mantengan al mismo tiempo la sostenibilidad del sector turístico mediante la protección del ambiente y la cultura local. Sin embargo, para llevar a cabo estrategias de desarrollo que incluyan el turismo como elemento de desarrollo local, es necesaria la existencia de una organización efectiva y eficiente, la aplicación de conocimientos específicos, e igualmente la participación de los actores locales y los gobiernos. “Si los actores locales no intervienen en ese diseño de producto existe el riesgo de manipulación, explotación y degradación de lo cultural” y por ende patrimonial, porque la orientación será meramente comercial, cuando también es parte del desarrollo el fenómeno de una identidad colectiva (Monteserín 2007:182).

Es lo que se trata de alcanzar con la planificación del turismo. De acuerdo a la OMT (1999: 45) “la planificación se lleva a cabo en un marco temporal y debe ser flexible, global, integral, ambiental y sostenible, referida a la comunidad realista”. Adoptando un enfoque estratégico, tomando en cuenta todos los componentes del turismo y llevarse a cabo utilizando un proceso sistémico y secuencial, que puede variar dependiendo el tipo de planificación así como las condiciones locales, los cuales se resumen en los pasos siguientes:

- Elaboración del estudio
- Determinación de los objetivos del desarrollo turístico
- Estudios y Evaluaciones
- Análisis y síntesis de la información inventariada
- Formulación de la políticas y planes
- Recomendaciones

- Ejecución y gestión.
1. **Elaboración del estudio:** Esto conlleva un análisis de prefactibilidad (evaluación de los recursos) y de ser positiva, las autoridades locales deciden seguir con la planificación del turismo. Se formulan los términos de referencia y se selecciona el equipo del proyecto formado por especialistas en diversas áreas (planificación física, comercialización, análisis económico y financiero, aspectos ambientales y socioculturales y planificación de infraestructura u otros)
 2. **Determinación de objetivos del desarrollo turístico.** Expresan lo que se espera lograr mediante el desarrollo del turístico. Regularmente combina y equilibra factores económicos, ambientales y socioculturales e incorpora el concepto de sostenibilidad. Se determinan preliminarmente y más tarde se decantan en función de la información recabada durante el proceso de planificación. Estos objetivos deben fijarse en estrecha coordinación con los residentes de la zona y sus dirigentes, así como las autoridades locales.
 3. **Estudios y Evaluaciones:** Implica inventariar, evaluar y categorizar las atracciones turísticas en tipos relacionados con el patrimonio natural, histórico, cultural o de carácter especializado. Las atracciones turísticas se identifican y dividen en primarias (que pueden inducir a los turistas a visitar la zona) y secundarias (complementan las atracciones primarias y pueden inducir a los turistas a permanecer más tiempo en la zona. También deben evaluarse otros factores influyentes en el turismo como la estabilidad política, salud, seguridad pública y destinos competidores.
 4. **Análisis y síntesis.** En esta etapa todos los elementos inventariados se analizan de forma integrada y globalizada (síntesis de planificación) para comprender mejor sus interrelaciones. Es importante analizar rigurosamente los mercados de turistas en relación con los tipos de atracciones y actividades y demás componentes del producto turístico. En esta fase del proceso especialmente en la planificación estratégica resumir las principales oportunidades y limitaciones para el desarrollo del turismo. En efecto, el análisis DAFO trata de identificar: debilidades, amenazas, fortalezas, oportunidades o peligros. Los factores identificados en cada categoría se formulan de una forma precisa con el fin de llegar a un análisis del potencial turístico de la zona en desarrollo turístico.

5. **Formulación de políticas y planes.** En función de los objetivos, inventarios, análisis y síntesis, se formula la política de desarrollo turístico y se elabora el plan físico pertinente. La política turística establece el alcance y el tipo de desarrollo turístico y considera, entre otros, aspectos económicos, ambientales y socioculturales. Lo normal es que se elaboren y evalúen varios planes y seleccionen como plan definitivo el que mejor aproveche las oportunidades y mitigue los problemas. Al evaluar y comparar estos planes, debe prestárseles especial consideración a los impactos ambientales y socioculturales respectivos, seleccionándose el que con mayor probabilidad resulte en los impactos menos negativos.
6. **Recomendaciones sobre los elementos del plan.** Estas recomendaciones se hacen sobre las mejoras en las atracciones turísticas, en los servicios e instalaciones de turismo ya en funcionamiento y en los elementos institucionales y de otro tipo del plan. Se recomienda estándares de desarrollo y diseño para las instalaciones de turismo. Se analizan los impactos ambientales y socioculturales y se recomiendan medidas de protección. También se analiza el impacto económico del turismo y se recomienda formas de potenciación de los beneficios.
7. **Ejecución y gestión.** Es tener en cuenta las técnicas de ejecución durante todo el proceso planificador e identificador que técnicas se van a aplicar en el programa del desarrollo, Estas técnicas se refieren a la programación del desarrollo, estándares de calidad de las instalaciones turísticas, calificación de terrenos, mecanismos financieros y otros medios.

Es fundamental que dentro de este proceso de planificación la comunidad participe activamente de los pasos cruciales de planificación, ejecución y gestión del desarrollo turístico. Así se garantiza que los conocimientos y aportes de los residentes sobre su propia zona queden incorporados a los estudios y análisis, y que las aspiraciones de la comunidad sobre su futuro desarrollo se integren en la determinación de políticas, objetivos y recomendaciones del plan.

La planificación turística debe integrarse a la planificación general de una zona y de lograrse, el turismo se incorpora automáticamente a las pautas de desarrollo de esa zona, las cuales pueden enarcarse a las ordenanzas y programas de actuaciones urbanísticas. Para la OMT (1999: 46) la planificación turística admite diversas aproximaciones básicas que pueden combinarse durante el proceso planificador, ello son:

Arq. *Luzardo Padrón, Manuel Alberto* (2014).

- **Enfoque continuo flexible:** se ajusta permanentemente a la realidad cambiante, enmarcada siempre en los objetivos de desarrollo y conceptos de turismo sostenible.
- **Enfoque global:** toma en cuenta todos los aspectos del desarrollo turístico en el proceso planificador (actividades y atracciones turísticas, alojamiento, otras instalaciones y servicios turísticos, transporte, otros elementos de infraestructura e institucionales)
- **Enfoque integrado:** considera al turismo como un sistema integrado en sí mismo y con las políticas y planes generales de desarrollo local, de igual forma que la planificación local se integra a las políticas y planes regionales y nacionales de turismo. Permite también abordar la mayoría de las variables relevantes y relacionarlas entre ellas.
- **Enfoque medioambiental y sostenible:** permite que el turismo se planifique con criterio ambiental de forma que los recursos naturales y culturales no se degraden, que el desarrollo turístico no genere impactos ambientales o socioculturales, se conserve o mejore la calidad ambiental global, se distribuyan los beneficios del turismo a la sociedad y se mantengan los niveles de satisfacción de los turistas.
- **Enfoque basado en la comunidad:** implica la máxima participación de las comunidades locales en la planificación y desarrollo del turismo, de forma que los beneficios recaigan en ella, incluyendo las minorías.
- **Enfoque realizable:** requiere planificar realista y realizablemente, tomando en cuenta las técnicas de ejecución. Igualmente aplicar conceptos contemporáneos y creativos de desarrollo, además de tomar en cuenta las realidades políticas.
- **Enfoque de planificación estratégica:** se centra la planificación en la identificación y resolución de problemas inmediatos. Se aplica en situaciones rápidamente cambiantes y está enfocada a la actuación concreta, además de la necesidad de hacer frente a los cambios de forma organizada. Resulta menos global que la planificación a largo plazo, pero puede dar buenos resultados siempre en el marco temporal de las políticas y planificación a largo plazo.

Estos criterios pueden combinarse entre sí. En todo caso, debe entenderse la planificación como un proceso flexible, negociado y abierto.

Como se ha mencionado, si se quiere que el turismo tenga un fuerte crecimiento en una comunidad local, enmarcado en un contexto de desarrollo sostenible, la planificación local deberá considerar tanto los componentes de la oferta como los de la demanda. Por lo tanto la planificación deberá contemplar un diagnóstico cuyos elementos son los siguientes: (OMT 1999 a ibíd.):

- **Los mercados turísticos.** Esto es, los turistas actuales y/o potenciales, tanto los internacionales como los nacionales (internos) o de la región. Asimismo, se incluyen los residentes locales, beneficiarios últimos de toda la infraestructura turística.
- **Las atracciones y actividades turísticas.** Culturales, naturales..., que induzcan a los turistas a visitar la zona.
- **El alojamiento.**
- **Otras instalaciones y servicios de turismo.** Restaurantes servicios de información, centros médicos de atención al turista, servicio de banca y cambio de monedas, tiendas..., así como la garantía de un nivel mínimo de seguridad ciudadana.
- **Transporte.** Referido a las instalaciones y servicios pertinentes (aviones, trenes, barcos, autobuses), así como las rutas y horarios y la eficiencia de los mismos.
- **Otra infraestructura.** Abastecimiento de agua, electricidad, gestión eficiente de residuos y telecomunicaciones satisfactorias.
- **Elementos institucionales.** Formación y capacitación del personal, promoción y comercialización del destino turístico y de sus atracciones, reglamentos y estándares de calidad para las instalaciones turísticas...

Las comunidades locales suelen tener competencia para la aplicación de estos estándares y reglamentos, así como para la vigilancia de niveles de calidad del turismo que se va desarrollando en ellas, dado que un aspecto esencial de la planificación es conseguir que la planificación es conseguir que las instalaciones estén adecuadamente diseñadas, emplazadas y desarrolladas.

2.2.7 Planificación Estratégica del Turismo Urbano Cultural Sostenible.

Lograr de una forma armónica el desarrollo urbano y turístico constituye uno de los principales objetivos de las ciudades turísticas, particularmente de las patrimoniales y monumentales.

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

El turismo puede constituir una actividad socioeconómica muy importante en pueblos y ciudades. Muchas poblaciones cuentan con sus propias atracciones de museos, parques, teatros, distritos históricos, estilos arquitectónicos interesantes, comercios, restaurantes, diversiones y el ambiente urbano derivados del dinamismo y de las múltiples actividades propias de la ciudad (OMT 1999).

El turismo urbano consigue reportar considerables beneficios económicos entre otros como:

- Aumento de empleo y renta a los residentes
- Contribuir al mantenimiento de equipamientos como museos, teatros y restaurantes.
- Mantener el rejuvenecimiento de económico de ciudades o distritos antiguos, poblaciones menores e incluso pueblos rurales si ofrecen atracciones a los turistas.

En este orden de ideas, para Prina (2008), desde el punto de vista del beneficio socio-económico que puede representar para los lugareños el turismo urbano expresa:

“El turismo urbano es fundamental para la realización de los grandes objetivos como lo son la promoción del interés del habitante de las ciudades, el crecimiento y el empleo, el desarrollo local, la gestión del patrimonio cultural y natural, así como el refuerzo de la identidad.... Entendiendo el turismo como eje estratégico de una política de ordenación urbana, puede procurar una oferta competitiva destinada a satisfacer las expectativas de los visitantes y una contribución positiva al desarrollo de la ciudad y al bienestar de sus habitantes” Prina (en Camacaro 2010:33),

También expresa que el turismo urbano ha pasado de ser tradicional e innovador a expresarse como ciudades “patrimonio”, “culturales”, “creativas”, entre otros. Compartiendo sin distinción entre residentes y visitantes los espacios dedicados al ocio, entretenimiento y cultura, involucrándose indistintamente en actividades como salir a comer, caminar por las calles, asistir a espectáculos, ir de compras, diferenciándose la oferta entre una experiencia turística urbana y otra. La autora (op cit.) propone dos (2) aspectos significativos en la innovación del producto:

- Creación de valor agregado para un producto ya existente: innovación incremental.
- Ofrecer un nuevo producto, servicio o proceso: innovación radical.

Ciertamente todo el espacio urbano se convierte en un atractivo tanto para visitarlo como para vivir o trabajar dada la diversidad de actividades (negocios,

eventos, festivales culturales, compras, entre otros), que se articulan en un entramado difuso e interconectado de opciones que se dan en la ciudad, como una expresión propia de la personalidad del espacio urbano. Desde el punto de vista de la demanda, su “mayor diversificación responde a factores como las mejores condiciones de movilidad y transporte, la oferta de nuevos destinos con costes más bajos y el gran aumento del nivel de información disponible gracias a las nuevas tecnologías de la comunicación” (Vera et al. 2011:148).

En este orden de ideas Torres B. (2006: 149) plantea como en la actualidad:

“se ha despertado un fuerte interés por visitar los espacios urbanos representativos de épocas y culturas distintas, dando lugar a lo que conocemos como “turismo de ciudad o urbano”, asimilando en parte otras experiencias como “turismo cultural”, “turismo de circuitos” y “turismo monumental”. Incluso el llamado “turismo de negocios y de reuniones” se materializa también mayoritariamente en escenarios urbanos”.

Este turismo urbano “cultural” comprende una gran diversidad de prácticas turísticas que pueden sintetizarse en tres (3) principales:

- a) *Culturales (basadas en la visita - recreativa o didáctica - a monumentos, iglesias, museos y exposiciones y en la inmersión en los centros históricos, la vida cultural y la atmósfera de la ciudad).*
- b) *Recreativas (que pueden incluir compras, entretenimientos, gastronomías, asistencia en festivales, eventos y manifestaciones artísticas o vida nocturna).*
- c) *Profesionales (congresos, coloquios seminarios, ferias, exposiciones, reuniones, vistas a clientes y estancias de formación) (Vera y otros, 2011: 150).*

Se puede afirmar que toda la ciudad, tanto a nivel del espacio público como el privado, se convierte en destino o lugar turístico; ciudad identificada y representada por una imagen que la sintetiza, se percibe y se consume turísticamente. Las ciudades son espacios privilegiados de concentración creativa, simbólica y productiva en las cuales se establecen elementos de competencia entre ellas, producto de esta etapa de crecimiento post-industrial y de globalización económica y cultura. Las actividades turísticas en este contexto permiten rentabilizar social y económicamente las grandes inversiones públicas que se realizan.

Para lograr impulsar el desarrollo urbano y turístico, la planificación estratégica se presenta como una de las herramientas más adecuadas, dada su capacidad de coordinación de los diferentes aspectos que conlleva la gestión integrada de la ciudad, ya que se concibe la planificación estratégica como un proceso de gestión del cambio hacia el desarrollo de una organización en su conjunto (recursos, estructuras y sistemas) (Galán 2003).

Aplicar la planificación estratégica al turismo, permite proyectar un desarrollo sostenible del mismo, consensuando entre los diferentes actores del destino e integrado en el propio desarrollo de la ciudad. Se puede afirmar según Galán Jiménez (2003: 362), que la planificación estratégica del turismo se entrecruza con la del desarrollo urbano:

- Porque la ciudad visitable no se compone sólo de unos atractivos turísticos, sino que precisa también de los servicios especializados que se dan en la ciudad desarrollada económicamente.
- Porque el suministro y la gestión de mucho de los elementos que componen la oferta turística de un destino (patrimonio histórico, infraestructura viaria, alumbrado, saneamiento, tratamiento de los residuos, seguridad ciudadana...) no dependen de los agentes turísticos.
- Porque la gestión del turismo no se limitan sólo a unos ciertos aspectos o sectores, sino que es una gestión integral del destino: económica, ecológica sociocultural.
- Porque la expresión operativa de las estrategias planificadas, el plan estratégico urbano, es un plan de marketing de la ciudad en su conjunto.

Por su parte la planificación estratégica, urbana pretende diseñar ciudades modernas y adaptadas a las exigencias del futuro espacios dinámicos con servicios especializados y con gran potencial para el desarrollo rentable de actividades económicas. Y la proyección internacional se convierte en un elemento indispensable de toda urbe que no quiera perder oportunidades dentro del sistema de ciudades.

Muchas zonas cuentan en sus núcleos urbanos con edificios y áreas históricas de gran interés turístico si se restauran y se dotan de instalaciones y servicios de turismo. En muchos casos se pueden mejorar museos y teatros o construir algunos nuevos, así como rehabilitar y peatonizar las áreas comerciales para hacerlos más interesantes para su uso tanto a los residentes como a los turistas (OMT 1999). Y convertirlos en símbolos en cuanto a memoria colectiva, así como hitos arquitectónicos, convirtiendo a las ciudades en potentes y diversificados focos de atracción turística.

De tal modo que, la planificación estratégica urbanas, desde la coordinación y el consenso de los distintos agentes, se presenta como una nueva arma de marketing urbano, ya que permiten sentar las bases para “vender la ciudad”, pues “la ciudad que nadie visita, no tiene futuro” (Galán 2003, op. cit.).

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Igualmente las poblaciones situadas junto a mares, ríos o lagos desarrollando el espacio contiguo al agua con instalaciones turísticas como parques, paseos, hoteles, museos, restaurantes, tiendas y otras atracciones e instalaciones para atraer turistas y residentes OMT (1999 a op. cit.).

Las ciudades centros históricos si se restauran e interpretan debidamente, presentan gran potencial turístico basado en sus características históricas y estilos arquitectónicos. La conservación de edificios históricos es también muy importante para conservar el patrimonio cultural de la zona y su apreciación por los residentes. La planificación de los sitios históricos debe seguir en gran parte los mismos procedimientos y principios que la del turismo general expuestos en el punto anterior OMT (1999 a op. cit.).

La Organización Mundial del Turismo (OMT 1999: 79) resume los principios de planificación del turismo urbano de la forma siguiente:

- Desarrollo o mejora de atracciones urbanas como museos, centros culturales y de congresos, zonas comerciales, edificios y distritos históricos, locales de diversión nocturna y otros elementos afines. Las atracciones turísticas cercanas a la población deben formar parte de la planificación como destino de excursiones del día fuera de la ciudad.
- Aprovechamiento de elementos medioambientales especiales, como zonas de agua y distritos históricos, para desarrollos turísticos: parques, paseos y visitas.
- Oferta de diversos tipos de alojamiento, restaurantes y demás instalaciones de turismo, incluidos buenos servicios de información, y concentración de estas instalaciones en ciertos espacios cercanos a las principales atracciones para comodidad de los turistas y uso eficiente de la infraestructura.
- Red de eficiencia de transporte público y fomento de la peatonalización de enclaves turísticos y comerciales.
- Buenos servicios y mapas de información para turistas. Deberá crearse un centro de visitantes estratégicamente situado para la zona urbana y alrededores con servicios y materiales de información, carteles, proyecciones audiovisuales, venta de libros y recuerdos, cafetería y lavabos.
- Oferta de diversas giras bien guiadas en autobuses por la ciudad y alrededores y de rutas urbanas a pie con mapas orientadores y puntos de descanso a lo largo del recorrido.

- Alto nivel de salud pública, con buena red de saneamientos y estándares de higiene; buenos servicios e instalaciones médicas para turistas.
- Alto nivel de seguridad ciudadana y control de la criminalidad en la medida posible; Información sobre zonas de alto riesgo y precauciones razonables que deben adoptar los turistas dondequiera que vayan o residan
- Mejora de la calidad ambiental de la zona urbana si es necesario, con control especial de la contaminación del aire congestionado del tráfico; promoción de un medio ambiente limpio, diseño estético de edificios, amplio parques y ajardinamientos, incluidos árboles en la calle.

A. A Propósito de Potenciar una Estrategia para las Ciudades y el Turismo.

Desde la consolidación de los primeros asentamientos urbanos, las ciudades se han alzado como los puntos neurálgicos de las más diversas actividades: sociales, culturales, militares, religiosas... destacando por sobre todas su papel como espacio fundamental para el desarrollo de la actividad económica. Igualmente han sido focos de actividades tradicionales para los visitantes, reafirmandose su importancia como destino turístico en las últimas décadas (Galán 2003).

Las ciudades históricas son espacios de creciente afluencia turística; sin embargo, no constituyen un espacio diseñado para el turismo ni la función turística ha constituido un elemento destacado en su configuración física y funcional actual.

“En efecto, la ciudad es una realidad compleja y multidimensional, un conglomerado de dimensiones económicas, sociales formales funcionales, culturales, políticas ambientales... dentro de las cuales se inserta una función turística a su vez caracterizada por la transversalidad. De la complejidad urbana deriva su atractivo turístico, pero también la intersectorialidad de los efectos de la presencia de visitantes y la dificultad para delimitar agentes y políticas turísticas” (De la Calle Vaquero 1999: 22.)

La fábrica física y el tejido socio-económico de nuestras ciudades tienen dificultades para adaptarse a los cambios geopolíticos, económicos-sociales, tecnológicos y administrativos. Ante esta situación, se requiere según Fernández G (en Pérez 2011: 95) viabilizar las operaciones reestructuradoras del tejido físico, económico y social de las ciudades por medio de un proyecto estratégico que cumpla por lo menos con dos (2) objetivos: articular las acciones sectoriales en un programa global y estimular al conjunto de la sociedad para lograr el horizonte o visión definida. En este sentido y, según el autor citado, la planificación estratégica de ciudades es una forma sistemática de manejar el cambio y de crear el mejor futuro para la ciudad o, un proceso creativo que sienta las bases de una actuación

integrada a largo plazo, a partir de un sistema continuo de toma de decisión que comporta riesgos, identifica cursos de acción específicos, formula indicadores de seguimiento para evaluar los resultados e involucrar a los agentes locales durante todo el proceso

Como entes vivos las ciudades experimentan modificaciones en las funciones de las distintas áreas y espacios, crecen y cambian su forma y tamaño, su nivel de concentración de habitantes...Este proceso que se conoce con desarrollo urbano, se ha entendido, durante mucho tiempo, como crecimiento económico, progreso social y cultural, incremento de población y/o expansión en términos de tamaño de los límites de la ciudad. Más recientemente, el desarrollo urbano se ha venido a identificar también como progreso e innovación tecnológica (Galán 2003).

Así pues, se prolonga y se consolida el papel de las ciudades como espacios en los que se concentra el capital, las infraestructuras y los servicios más avanzados. Y, en consecuencia, se hace evidente la necesidad de las ciudades de ser competitivas, de mejorar su posicionamiento y conseguir la suficiente capacidad de proyección para atraer nuevos flujos.

El logro de las ciudades de ser competitivas, turística y económicamente, también se afecta por la consecución de alcanzar la “calidad de vida”, siendo un elemento fundamental del desarrollo sostenible (Galán 2003, op. cit).

Ahora bien un elemento básico para la calidad de vida urbana es la calidad de los servicios públicos, la mayoría de los cuales resulta esencialmente como base y complemento de la oferta turística de los destinos. No obstante, son muchas las ciudades en las que las autoridades locales no son aun conscientes de ello. Los ayuntamientos deberían de participar más activamente en el desarrollo turístico de la zona mediante la adecuada gestión de los servicios públicos de su competencia (limpieza, seguridad, abastecimiento de agua, entre otros); mejorando en definitiva, los productos y servicios turísticos de nuestros municipios (Fuentes 1999).

En efecto, el desarrollo de la actividad turística implica el desarrollo de una serie de infraestructuras y de servicios públicos y privados, los cuales redundan, en una mejora de la calidad de vida en los destinos, tanto para visitantes como para residentes. Como consecuencia el desarrollo del turismo urbano María del Mar Galán (2003: 361) lo resumen en cinco (5) aspectos:

1. Contribuye claramente al desarrollo económico de la ciudad.
2. Ayuda a revitalizar la imagen de la ciudad, constituyéndose como un poderoso instrumento de promoción.

3. Ayuda a reforzar el atractivo de la ciudad para otras formas de turismo (negocios, reuniones, eventos...) con una demanda al azar de productos turísticos que complementen la oferta específica de cada modalidad.
4. Permite luchar contra la globalización d la cultura.
5. Además, en las ciudades históricas y monumentales, el turismo proporciona un modo de recuperar edificios y paisajes para darles un uso productivo.

Por tanto, se evidencia la importancia de poder actuar y reflexionar acerca de las debilidades y potencialidades propias del área y sus recursos, en cuanto a un estudio planificado y consensuado entre los agentes públicos y privados que garanticen el desarrollo turístico de destino.

En el contexto actual, realizar la potencialidad turística, allí donde las condiciones resultan propicias, supone afrontar el desafío de asumir lo propio en la confluencia de sus recursos y en la convocatoria a la afluencia de las acciones e inversiones endogeneizar lo ajeno crear las condiciones que persuadan de la presencia turística e incidan en la calidad de vida de los habitantes (Montero 2010: 24).

La potencialidad turística reside tanto en el hecho de que ese espacio reúna-o pueda reunir como consecuencia de acciones concretas sobre el territorio una serie de rasgos característicos, como que éstos resulten atractivos para la clientela (un espacio es potencialmente atractivo o turístico en la medida que existe un potencial de demanda en el momento de presente, lo que no significa que tal potencial permanezca constante en los próximos años dada la inestabilidad que acompaña al mercado turístico local (Callizo 2002: 36).

2.2.8 Planificación y Gestión del Turismo en Ciudades Históricas

Las ciudades históricas constituyen un tipo especial de aglomeración urbana, unas entidades donde el patrimonio cultural constituye el principal referente de la identidad urbana. Su valor como lugar supera ampliamente el ámbito local y ha sido sobradamente reconocido a nivel nacional mediante su declaración como *Bien de Interés Cultural* (BIC) en la categoría de *Conjuntos Históricos* y en la inclusión de una muestra representativa por parte de la UNESCO como ciudades *Patrimonio Mundial*. Configurándose como “auténticas joyas urbanas que debemos conservar en las mejores condiciones para su disfrute por las generaciones futuras, al igual que hoy las disfrutamos nosotros gracias el esfuerzo de las generaciones del pasado” (Calle Vaquero 2006: 17)

Según el texto de la Carta de Cracovia 2000, en su principio N° 11, en su último párrafo expresa: “la conservación del patrimonio cultural debe ser parte integral de los procesos de planificación y gestión de una comunidad, y puede contribuir al desarrollo sostenible, cualitativo, económico y social de esta comunidad”.

Igualmente prosigues en su principio N° 12, sobre la participación de diferentes autores en la planificación y gestión declara:

“La pluralidad de valores del patrimonio cultural y la diversidad de intereses requiere una estructura de comunicación que permita, además de a los especialistas y administradores, una participación efectiva de los habitantes en el proceso. Es responsabilidad de las comunidades establecer los métodos y estructuras apropiados para asegurar la participación verdadera de individuos e instituciones en el proceso de decisión” (Cracovia 2000 N° 12).

Para alcanzar una planificación y gestión eficiente se requiere la participación de todos los actores socio-institucionales que tienen incidencia en el territorio y desarrollan una actividad vinculada directa o indirectamente con el turismo. En palabras de Boisier (en Berseny 2010: 97), “se entiende por actor socio-institucional al conjunto de organizaciones de personas, tanto públicas como privadas, que poseen una visión colectiva, cohesionada por la participación y por la movilización en torno a la consecución de sus objetivo”.

Una acción conjunta fomenta la generación de espacios de articulación; donde los diferentes actores socio-institucionales expresan sus opiniones y acciones. Este espacio de articulación reúne a cada actor socio-institucional desempeñando un rol específico y compartiendo una mirada común en beneficio del desarrollo real o potencial de la actividad turística.

La dimensión socio-institucional es un componente esencial en la planificación del desarrollo turístico, dependiendo según Berseny (2010), del nivel de participación y movilización de los actores locales involucrados. Para lograr un resultado positivo se requiere la formulación de políticas adecuadas y la capacidad política para la implementación. El éxito o fracaso dependerá de los esfuerzos de la aplicación y coordinación entre los diferentes sectores durante el proceso de planificación y ejecución (OMT 1999).

El análisis de la dimensión socio-institucional requiere identificar y conocer la dinámica de los organismos y/o instituciones a partir del rol que representan, analizando las funciones que asumen los diferentes actores institucionales vinculados directamente o indirectamente con la gestión del turismo, con la participación de distintos sectores como:

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

- **Sector Público:** organismo municipal turístico
- **Sector Privado:** conjunto de prestadores de servicios vinculados directamente con la actividad turístico-recreativa, reunidos en un cuerpo corporativo en representación de los intereses del sector.
- **Tercer Sector:** representantes de la sociedad civil, asociaciones sin fines de lucro, organizaciones no gubernamentales o asociaciones voluntariamente convocadas que ejercen influencias en cuestiones turístico-recreativas.

El sector público el rol en el orden municipal gira en torno a cuestiones vinculadas con la planificación, promoción, desarrollo físico de la actividad, provisión de infraestructura básica, relevamiento y puesta en valor de recursos tanto naturales como culturales presentes en el territorio local, elaboración de material informativo turístico y el estudio de la demanda, concienciación y capacitación turística, entre otros.

Este sector debe determinar las reglas que se aplicaran para la explotación, ser garante en la selección más conveniente de las inversiones turísticas, de acuerdo a la planificación establecida, el cual debe garantizar el empleo, un mayor gasto efectivo en la localidad de los no residentes y una mejora en la calidad de vida de los residentes (Benseny 2010).

En correspondencia con la agenda para planificadores locales de la OMT (2004), la administración municipal debe implicarse en las tareas de fomento de las inversiones empresariales y, en el trato con los operadores turísticos, desde una doble perspectiva de planificación:

- La defensa de los intereses locales, tanto la de los ciudadanos como la de su capital natural y cultural;
- La negociación sobre las capacidades del municipio para soportar un desarrollo turístico, acorde con las limitaciones del medio y la comunidad de acogida.

Estos desafíos de planificación no debe interpretarse restrictamente hacia la inversión privada, sino aclarando que las oportunidades de negocio privado, deben estar articuladas con el bienestar de los ciudadanos de la localidad d acogida y, por supuesto con la sostenibilidad de sus recursos turísticos.

La escala local presenta un alto nivel de adecuación para el desarrollo de la gestión turística. Facilita las oportunidades de gestión y control directo de destinos y procesos productivos, brinda flexibilidad, posibilidad de rectificación y participación

social. Frente al carácter impersonal del ámbito nacional o regional, la escala local se presenta como el espacio más oportuno para plantear políticas efectivas y proyectos concretos facilitando la participación de los actores socio-institucionales, abriendo un espacio de diálogo sobre estrategias y objetivos para tomar decisiones democráticas sobre las iniciativas a emprender (OMT 1999).

El sector privado turístico comprende el conjunto de prestadores vinculados directamente o indirectamente con la actividad turística, reunidos a través de cámaras, asociaciones, uniones o instituciones en representación de los intereses del sector. Constituye un sector corporativo empresarial, nuclea a prestadores de servicios de alojamiento, alimentación, recreación, transporte, viajes y excursiones, productores de artesanías, entre otros. Reúne otras instituciones relacionadas indirectamente con el turismo (uniones de comerciantes, industriales o agropecuarias (Benseny 2010).

El sector privado turístico asume funciones autorreguladoras para el mantenimiento de los niveles de calidad de las prestaciones turísticas, defiende los intereses del sector, crea foros de debate y brinda soluciones a las problemáticas propias, acepta o rechaza la participación en espacios comunes de gestión, formula recomendaciones para el sector, investiga temas específicos, favorece la capacitación laboral, fija pautas de servicios, patrocina eventos, entre otros (OMT 1999).

La gestión del turismo por parte de la administración privada requiere la presencia de un empresario técnicamente calificado y motivado, comprometido con la actividad, ofreciendo instalaciones y equipamientos adecuados con capacidad financiera que le permita atender los requerimientos de la demanda.

El tercer sector comprende al conjunto de personas, organizadas, con visión colectiva, participación y movilización en torno a la consecución de objetivos relativamente autónomos respecto del estado, de la actividad política profesional y del mercado. Representa a la sociedad civil y hace referencia a una esfera de interacción social, diferenciada del mercado y el Estado. Las organizaciones del tercer sector se articulan voluntariamente alrededor de ciertas visiones sociales y operan alrededor de valores particulares que promueven entre sus asociados y beneficiarios (Broisier en Benseny 2010: 104).

Se reconocen como entidades de bien público, organizaciones benéficas, organizaciones no gubernamentales (ONG's), organizaciones sociales, organizaciones de la sociedad civil (OSC), entidades intermedias, organizaciones

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

comunitarias y asociaciones. El concepto moderno de organizaciones no gubernamentales comprende un universo amplio de instituciones de la sociedad civil orientadas hacia el bien común, que llevan a cabo acciones para promover el desarrollo comunitario, proveer servicios sociales básicos, proteger el medio ambiente y promover los intereses de los pobres (Bensey 2010).

El tercer sector juega un rol central en la construcción de una democracia más participativa y abierta, a través de la articulación y canalización de una pluralidad de intereses, opiniones y posiciones de los diversos sectores de la sociedad.

Si bien en nuestro país Venezuela existen las organización de la comunidad a través de los llamados **Consejos Comunales** (Ley Orgánica de los Consejos Comunales, LOCC 2009 y 2014), como una forma de participación y organización directa de la comunidad en la toma de decisiones, estos no forman parte de este tercer sector, ya que, fueron creadas en el ordenamiento jurídico venezolano en el marco de la revolución bolivariana como una forma de participación y organización con fines tanto política (“el rol político de los consejos comunales es fundar el poder popular que supera la estructura clásica de los tres (3) poderes públicos republicanos”) como comunitarios, punto que especificaremos más adelante.

Aunque en la actividad turística intervienen directa o indirectamente diversos actores sociales (empresarios turísticos, comerciantes, servicios públicos, entre otros), el gobierno local no puede renunciar a su rol orientador, tener una visión de conjunto sistémica del desarrollo de la actividad y propender a crear las condiciones para atraer a los visitantes y a los empresarios turísticos externos y locales. Esto se puede lograr mediante las siguientes acciones propuestas por Graciela Bensey (2010: 139):

- Realizar un seguimiento del desarrollo de la actividad turística a través de mediciones de los flujos turísticos recibidos y el control de la calidad de los viene y servicios.
- Preservar el medioambiente natural y cultural, mediante el monitoreo permanente del estado de los atractivos turísticos naturales y culturales.
- Promocionar la ciudad en su conjunto en diferentes mercados estratégicos seleccionados (regional, nacional o internacional).
- Estimular la asociatividad entre empresarios turísticos y otros comerciantes locales, a fin de lograr la excelencia de los bienes y servicios ofrecidos.
- Capacitar a los actores involucrados en la actividad turística.

- Obtener y entregar información permanente sobre la actividad turística regional y nacional e internacional.
- Gestionar y/o realizar mejoramientos de infraestructuras que vayan en beneficio del turismo (accesos, rutas, puentes, servicios básicos, entre otros).

El gobierno local dispone de instrumentos legales para controlar la calidad de los bienes y servicios brindados en su territorio y cuidar del medio ambiente. El sector público preserva y pone en el patrimonio físico y cultural, ordena y orienta la infraestructura y el equipamiento, investiga, analiza y evalúa la evolución del sector privado invierte capital y realiza negocios ofreciendo servicios integrados y el tercer sector actúa en defensa de los intereses que afectan al medio ambiente sobre el cual se desarrolla la actividad turística. El éxito de la gestión del turismo es propiciado por el accionar en conjunto de los tres (3) sectores que se complementan.

Está claro como plantea Torres B. (2006: 151) “el desarrollo de las ciudades históricas monumentales, o simplemente como recursos turísticos apreciados no puede entenderse, hoy día, sin la planificación y gestión de las actividades turísticas”. Sin duda alguna que, las relaciones entre turismo y ciudad dependerán también de las características estructurales de ésta y de la identidad y tipología de los flujos turístico que recibe

A. Consejos Comunales como una alternativa de participación.

Según el Artículo 2 de la Ley Orgánica de los Consejos Comunales (LOCC), publicada en Gaceta Oficial N° 39.335 de la República Bolivariana de Venezuela en fecha 28/12/2009, los consejos comunales son:

“instancias de participación, articulación e integración entre las diversas organizaciones comunitarias, grupos sociales y los ciudadanos y ciudadanas, que permiten el pueblo organizado ejercer directamente la gestión de las políticas públicas y proyectos orientados a responder a las necesidades y aspiraciones de las comunidades en la construcción de una sociedad de equidad y justicia social” (LOCC 2009: 1).

El Consejo Comunal es la instancia social que asume el ejercicio real del poder popular, como lo expresa Sandoval (en Silva 2011), que representa la plataforma humana que alcanza el mayor grado de participación, protagonismo y gerencia comunitaria dentro de un ámbito geográfico cuidadosamente delimitado.

Además sirve para diseñar, realizar, controlar y evaluar la calificación final de proyectos sociales destinados a solucionar problemas de salud, educación, trabajo, deportes, medio ambiente, habitacionales, entre otros, de la comunidad, así como

centro de información, producción y promoción de procesos participativos y para la identificación de problemas comunitarios. Promueve los principios de corresponsabilidad.

Es la autoridad permanente en la Comunidad, ante la cual se debe plantear y derivar todos los problemas de índole colectivo. Es el interlocutor entre la comunidad y cualquier instancia de Gobierno Estatal o Nacional. Vivifica y sostiene la identidad, el patrimonio y pone a la luz todas las fortalezas, capacidad productiva, fuerza profesional, al servicio del país (Silva 2011).

Los consejos comunales aparecen como entes con injerencia directa sobre el desarrollo local, lo cual fomenta la participación del ciudadano en la toma de decisiones en el ámbito local y en el seguimiento del funcionamiento del gobierno municipal, previsto en el proceso de descentralización.

En este mismo sentido, los consejos comunales tienen la posibilidad de recibir y administrar recursos públicos y ser protagonistas de la formulación, ejecución, control y evaluación de la gestión pública local, lo cual favorece a la descentralización económica, siempre y cuando haya precisión en el origen y disponibilidad de fondos, justificándose su distribución dentro de un plan ordenado y coordinado de inversión para favorecer el desarrollo local y no por decisiones centralizadas con intereses que no respondan a un desarrollo sustentable (Fleitas 2011 y Herrera 2013).

Sin embargo, según José de la Cruz Fleitas (2011). expresa que: “los consejos comunales no se han desarrollado de acuerdo con las normas establecidas a nuestra Constitución vigente, ni se han alcanzado los objetivos por los cuales fueron creados” (Fleitas 2011: 3).

Planteamiento similar propone Herrera (2013) cuando expone que existen malos entendidos con respecto a estas formas de agrupación. Resumo sucintamente: 1) No es el gobierno quien lidera el Consejo; 2) Ninguna agrupación política debe tener el control del Consejo; 3) No es posible actuar sin plan, y sin control de gestión; 4) El dinero recibido (no bajado, la gente no está abajo por no tener los millardos del gobierno) no se utilizan para sustituir las competencias de las Alcaldías, gobernaciones e instituciones públicas. Hay muchas otras debilidades en estos consejos, pero en esta última está el gran malentendido, es decir, en el destino del dinero que el Consejo recibe del gobierno (Herrera 2013).

“estudios realizados indican que el 97% de los fondos otorgados por el gobierno en los consejos comunales se han destinado a vialidad,

reparaciones de obras, y mejoras en infraestructura de diversa índole. Sólo un 3% logra un destino distinto, mayormente en salud y educación. De forma tal, que el consejo comunal viene a resolver las debilidades que son responsabilidad de las Alcaldías, Gobernaciones, Ministerios y demás entes del gobierno. ¿La población atendiendo los problemas del gobierno? Los Consejos Comunales no nacen para sustituir la responsabilidad de los gobiernos en distintas esferas, sino para desarrollar acciones que les permita su propio desarrollo y esta misión aún espera un buen final en Venezuela” (Herrera 2013).

La actividad económica propia y participativa es el motor del Consejo Comunal, no es andar de conserjes asumiendo respuestas que son de otros. Ocuparse de la mejora personal, individual y colectiva supone un desarrollo endógeno. Mientras la comunidad le haga el trabajo a los burócratas y no hacen el propio seguirán dependiendo de otros y en pobreza. Cada quien que se ocupe y cumpla con su rol y su trabajo, que cumpla con lo suyo para que no tengamos malentendidos comunales (Herrera 2013).

Ante todo lo expuesto, se puede hacer una reflexión final: Los consejos comunales, con su activa participación, pueden contribuir al desarrollo urbano local sustentable, siempre que tengan la supervisión, formación, disponibilidad de fondos, asesoría técnica y profesional, y estén bajo la coordinación del gobierno local, así como también, al desarrollo económico local de una comunidad.

Pero para nadie es un secreto que, ante la oferta constitucional las organizaciones comunitarias reaccionaron muy rápidamente buscando dar contenido a la anunciada democracia participativa; sin embargo, los miembros del gobierno actual (el oficialismo) comenzaron a poner condiciones a la participación de la sociedad civil cuestionando quién la representa y quién forma parte de ella. Recayó en el Tribunal Supremo de Justicia (TSJ) la responsabilidad de comenzar a delinear, desde el Estado, el concepto de sociedad civil.

Pese a toda la controversia teórica que genera este concepto, tanto el sector oficial como el sector ciudadano y los medios de comunicación utilizan esta denominación para referirse al conjunto de organizaciones de ciudadanos. Esto pone en evidencia el atractivo del término sociedad civil como slogan o ideal político en el marco de ciertas condiciones de la sociedad y del sistema político (Fleitas 2011).

Finalmente si bien en esta investigación los consejos comunales no forma una variable para lograr algún objetivo específico, es importante tocar el punto puesto

que en Venezuela los mismos dado su esencia como entes para la participación tanto en la gestión de políticas públicas como en proyectos para la comunidad local, independientemente de que si faciliten u obstaculicen la administración pública local dado el ambiente político presente.

2.2.9 Patrimonio Cultural

Antes de definir el término o las bases teóricas del Patrimonio, es importante enfocar primero algunos elementos determinantes para definir la cultura, ya que el patrimonio forma parte de la herencia cultural dejada por el hombre dentro de una sociedad con un perfil determinado.

a) Cultura Definición

La cultura no es un fenómeno estático, por lo tanto el diseño de productos para el turismo patrimonial, cultural y natural no puede regirse por patrones rígidos y encartonados. La cultura es una expresión universal, es decir cada pueblo, cada región tiene características propias que deben ser tenidas en cuenta en el diseño de la oferta (Torres M. 2003).

El término cultura procede del latín *cultura* (cultivo), con el paso del tiempo la definición de este término ha tenido un significado distinto. La Real Academia Española de la Lengua la define como: “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, entre otros”. Reafirma esta definición el concepto en el que prima lo colectivo, Medina (en Méndez Rodríguez 2009:21) apunta que “la cultura no es la resultante de la acción de un individuo en particular, sino la sumatoria del conjunto de relaciones sociales entre los miembros de un conglomerado: un sistema de producción específico, históricamente concreto”.

Según Casasola (2002: 31) el término cultura se define como “el resultado de interacción de la sociedad con el medio ambiente, constituida por los conocimientos, aptitudes y hábitos adquiridos por el hombre como miembros de una sociedad”. Estos resultados adquiridos están sujetos a experimentar transformaciones, cambios o readaptaciones dentro de la sociedad. Según el planteamiento de este autor, el hombre como parte activa del medio ambiente circundante y con el cual se interrelaciona en esa dialéctica de interrelaciones cotidianas, para transformarlas y adaptarla a sus necesidades, generan unos insumos que le permiten vincularse con ese contexto, como son: conocimientos adquiridos hábitos, aptitudes, costumbres y tradiciones entre otras, los cuales pasan a formar parte de su ser social o herencia

cultural dejada por sus antecesores, como miembros de la sociedad con la cual participan y se correlacionan.

Una definición más integral de cultura es la propuesta por la UNESCO en la Conferencia Mundial (1982), convocada por las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, según la cual la cultura es: “El comportamiento general del hombre, la visión que tiene de sí mismo, de su sociedad y del mundo exterior”, así como, “su modo de vida, su forma de ser, de pensar, de percibir, sus comportamientos, sus sistemas de valores o de creencias” (UNESCO 1982).

También tomando en cuenta la afirmación de Ascanio (2003: 34) cuando expone: “la cultura se forma en la medida que aparecen las distintas etapas del desarrollo social y hoy se ha visto enriquecida por el conocimiento hombre-hombre y hombre-naturaleza”. El mismo autor hace referencias a la variedad de funciones que mantiene hoy en día la cultura en la sociedad:

“la cultura es un complejo multifuncional que aparece con determinados grados de integridad y dinamismo en cualquier sistema social concreto. Su función protectora de las influencias nocivas y los cambios del medio ambiente se conjugan con su función socializadora referida a la asimilación de conocimientos, aptitudes normas y experiencias sociales acumuladas durante muchas generaciones y su proceso educativo”.

Es interesante señalar que, desde este punto de vista, la cultura definida en estos términos reafirma de una forma más clara lo expuesto anteriormente, como ser social que genera unos insumos denominada “herencia cultural” (Ortega 1993: 25), la cual es vista como un proceso de creación e inserción del legado cultural dentro de cada tiempo histórico, así como las transformaciones y usos por parte de la comunidad a la cual pertenece, aportando como consecuencia los bienes culturales y por ende patrimoniales. De acuerdo con lo expuesto se hace evidente que las nociones de patrimonio y bienes culturales son consecuencia de la herencia cultural.

Actualmente con la globalización como tema de moda, existe un movimiento social generalizado para la puesta en valor de la cultura propia de cada pueblo, reafirmando su identidad. Para cada ser humano, la cultura representa su propia idiosincrasia, costumbres y características que lo diferencian de los demás. Así, se toman en cuenta los conceptos de diversidad cultural e identidad cultural. La diversidad cultural hace referencia a todas las diferentes manifestaciones de la cultura de cada grupo social, y la identidad cultural engloba todos los aspectos culturales particulares de un pueblo y que lo caracterizan frente a los demás (Méndez R. 2009:21).

b) Patrimonio Definición

Por su parte la palabra patrimonio procede del latín *Patrimoniun* (pater = padre y monium = valor reconocido). Según define la Real Academia Española de la Lengua. Es el “conjunto de los bienes propios adquiridos por cualquier título”, “hacienda que alguien ha heredado de sus ascendientes” y también “conjunto de bienes pertenecientes a una persona natural o jurídica, o afectos a un fin, susceptibles de estimación económica”. Sobre este aspecto citando a Barretto (2007:105), “...se refiere a los bienes legados por los padres a los hijos, o por una persona a sus descendientes directos”.

Sobre la base de estas ideas, etimológicamente la definición de la palabra patrimonio connota una doble condición: supone un legado, una herencia y también supone la propiedad de pertenencia de ese legado a una persona, si tomamos en cuenta un pueblo o a un grupo de ellas; una herencia tangible e intangible, .La Carta Internacional del Turismo Cultural afirma que:

“el concepto de Patrimonio es amplio e incluye sus entornos tanto naturales como culturales. Abarca los paisajes, los sitios históricos, los emplazamientos y entornos construidos, así como la biodiversidad, los grupos de objetos diversos, las tradiciones pasadas y presentes, y los conocimientos y experiencias vitales” (El Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Históricos-Artísticos (ICOMOS) 1999).

Por otro lado, Carballo (en Díaz 1999:10) lo define como el “conjunto de bienes que posee una persona, grupo, ciudad o país que lleva implícito un valor”. Este puede ser histórico, económico, científico, artístico, arquitectónico, urbanístico, paisajístico, entre otros.

Dentro de esta herencia patrimonial, resultado de un proceso cultural, se incluye no solo aquellas manifestaciones materiales o elementos tangibles (edificaciones, objetos de valor histórico, obras de arte entre otros) sino también los intangibles y espirituales (tradiciones, costumbres, música, mitos, leyendas entre otras), conformados en el tiempo a lo largo de la historia, como un conjunto de bienes culturales o valores a ser conservados. Estas manifestaciones son parte de las formas culturales aportadas por las sociedades anteriores o, simplemente aquello que “persiste gracias al significado social que cada nueva generación le otorga en cada una de la etapas históricas” (Vargas 1984:45), generando así su identidad.

Todos los bienes que se ha heredado en generaciones pasadas, han ido escribiendo la historia y el patrimonio cultural de cada uno de los pueblos y con esto

su identidad. Así lo indica Ballarte (en Méndez R. 2009:19) cuando afirma que "...el patrimonio cultural como herencia colectiva del pasado conecta y relaciona a los seres humanos del ayer con los hombres y mujeres del presente, en beneficio de su riqueza cultural y de su sentido de identidad". En esta afirmación se resalta la idea de tiempo y la importancia que tiene dentro del concepto que se está definiendo. El mismo autor citado lo sintetiza en la siguiente frase: "...patrimonio cultural es un activo valioso que transcurre del pasado al futuro relacionando a las distintas generaciones".

Para Riviére (en Ferrer y Quintero 2002), el patrimonio histórico lo constituyen aquellos bienes materiales e inmateriales sobre los que, como en un espejo, la población se contempla para reconocerse, donde busca explicación a su territorio, donde está enraizada y en el que se sucederán los pueblos que le precedieron. Un espejo que la gente ofrece a sus huéspedes para hacerse entender, con respeto a su trabajo, a sus formas de comportamiento y a su intimidad. De esta definición destaca según Fernández-Baca (en Ferrer y Quintero 2002), la existencia de un sentido de *identidad o diferenciación* que quiere transmitirse a otros. Es por esto que en la actualidad el patrimonio ocupa un lugar importante y demandado por los colectivos sociales, en respuesta a la necesidad de reforzar su identidad ante el proceso de macdonalización (uniformalización).

Un pronunciamiento muy importante dado por la organización que lo enuncia y que engloba todos los elementos que conforman el Patrimonio Cultural y el cual se mantiene vigente fue definido por la UNESCO (1982), en el contexto de la Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales, celebrado en México, en estos términos:

"El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así las creaciones armónicas surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida. Es decir, las obras materiales e inmateriales, que expresan la creatividad de ese pueblo: la lengua, los ritos, las creencias, los lugares, y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte los archivos y bibliotecas" UNESCO (1982:4).

Igualmente incluye los conjuntos, grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, o de la ciencia para la colectividad. Estos conceptos, fueron reafirmados en la conferencia de la UNESCO sobre Patrimonio Mundial, celebrado en Madrid (1992:41), donde señala que: "un bien cultural debe ser auténtico y haber ejercido una gran influencia o aportar un

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

testimonio único o estar asociado a ideas o creencias universales, o constituir un eminente ejemplo de hábitat humano tradicional representativo de una cultura”.

Por su parte Casasola (2002), considera que:

“un concepto moderno de patrimonio cultural incluye no solo los monumentos y manifestaciones del pasado (sitios y objetos arqueológicos, arquitectura colonial e histórica, documentos y obras de arte), sino también lo que se llama patrimonio vivo; las diversas manifestaciones de la cultura popular (indígena, regional, popular, urbana), las poblaciones o comunidades tradicionales, las lenguas indígenas, las artesanías y arte popular, la indumentaria, los conocimientos, valores, costumbres y tradiciones, características de un grupo o cultura” (Casasola 2002: 31).

Por su parte la Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural define todos los elementos que constituyen el Patrimonio Cultural para la República Bolivariana de Venezuela, el cual está constituido por los viene de interés cultural así declarados que se encuentren en el territorio nacional o que ingresen a él quien quiera que sea su propietario constituido por:

1. Los bienes muebles e inmuebles que hayan sido declarados o se declaren monumentos nacionales;
2. Los bienes inmuebles de cualquier época que sea de interés conservar por su valor histórico, artístico, social o arqueológico que no hayan sido declarados monumentos nacionales;
3. Los bienes muebles de valor histórico o artístico, propiedad del estado o de otras personas jurídicas de carácter público, que se encuentren en museos nacionales, estatales o municipales o en otros lugares públicos o privados, incluidos los de valor numismático o filatélico;
4. Los bienes muebles de cualquier época que sea de interés conservar por su excepcional valor histórico o artístico;
5. Las poblaciones y sitios que por sus valores típicos, tradicionales, naturales, históricos, ambientales, artísticos, arquitectónicos o arqueológicos, sean declarados dignos de protección y conservación. Los centros históricos de pueblos y ciudades que lo ameriten y que tengan significación para la memoria urbana;
6. Los testimonios históricos y sitios arqueológicos vinculados con el pasado;
7. El patrimonio vivo del país, sus costumbres, sus tradiciones culturales, sus vivencias, sus manifestaciones musicales, su folklore, su lengua, sus ritos, sus creencias y su ser nacional;
8. El patrimonio documental y bibliográfico, archivos, bibliotecas, fototecas, mapotecas, fonotecas, videotecas, cinematecas y demás instituciones de igual naturaleza; tutelados actualmente por organismos específicos sin desconocer la titularidad de dichos organismos sobre los mismos;
9. Los objetos y documentos de personajes de singular importancia en la historia nacional, sus creaciones culturales trascendentes;
10. Las obras culturales premiadas nacionalmente;
11. La estatuaría monumental y las obras de arte de los cementerios;

12. El entorno ambiental o paisajístico -rural o urbano- requerido por los bienes culturales, muebles o inmuebles para su visualidad o contemplación adecuada;
13. El patrimonio arqueológico y paleontológico donde quiera que se encuentre; y
14. Cualquier otro bien que necesite ser declarado como tal.

Como es evidente esta Ley incluye como patrimonio cultural cualquier bien declarado o no por su valor que merecen ser conservados.

Lo especificado en esta Ley sobre la definición del patrimonio cultural expone lo que está legalmente vigente para el Estado y, se puede resumirse como el legado conformado, a lo largo de la historia, por las generaciones precedentes, dejando a estas, en la actualidad una herencia tangible e intangible, esto es el conjunto de bienes muebles e inmuebles de cualquier época de interés conservar dado su valor histórico, artístico, social que una nación, ciudad, grupo o persona posee como herencia materiales y espirituales (Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural 1999:31).

Dentro de la presente investigación el concepto manejado del Patrimonio Cultural se concreta, siguiendo lo establecido en la Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural (1993) y UNESCO (1982) como: todo el conjunto de bienes materiales e inmateriales heredados de sus antepasados y que tienen implícito un valor colectivo, conformados por sus edificaciones arquitectónicas, lugares, monumentos históricos, paisajes naturales, obras artísticas, la literatura, los archivos y bibliotecas, así como los creadores y hacedores artísticos, científicos, populares representativos de esa cultura, su lengua costumbres y tradiciones que dan sentido a la vida de un pueblo o colectivo.

Es importante tener en cuenta que, se debe preservar y enriquecer el patrimonio cultural para que las futuras generaciones puedan disfrutarlo, del mismo modo que lo ha hecho las civilizaciones pasadas.

Partiendo de los conceptos y de las ideas expuestas sobre patrimonio, el arquitecto Caraballo ((en Díaz 1999), establece tres (3) categorías generales o fundamentales para dividir el Patrimonio Cultural, de acuerdo a sus características de atractivo e interés del mismo, las cuales son:

El Patrimonio Edificado (inmueble): compuesto de los monumentos, centros históricos, sitios arqueológicos, poblados y sitios tradicionales, sectores urbanos de interés, lugares históricos.

El Patrimonio Mueble: conformado por bibliotecas y archivos, museos y colecciones, zoológicos y jardines botánicos, pintura, escultura y arte decorativo.

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

El Patrimonio Intangible: formado por la toponimia, fiestas populares, manifestaciones religiosas, artesanía, gastronomía, expresiones y leyendas, música, bailes.

Es importante resaltar que, dentro de esta clasificación tanto las denominadas como patrimonio edificado y muebles forman parte del patrimonio tangible de un territorio o sociedad. A esta clasificación, es importante agregar como elemento a estudiar, el **Patrimonio Natural:** conformado por los elementos de la naturaleza, ríos, valles lagos, montañas, ciénagas, manglares, así como el resultado del trabajo del hombre en el medio, el paisaje humanizados como por ejemplo en el frente de agua.

Todas estas manifestaciones forman parte de Patrimonio Cultural que será investigado en el presente estudio, fundamentalmente en el área conformada por el casco histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia, haciendo énfasis dada la problemática planteada en el capítulo primero, sobre el patrimonio edificado, aplicando el estudio en arquitectura: religiosa, museística, históricas y doméstica, así como las diferentes manifestaciones y expresiones propias de la comunidad.

c) Acciones en defensa del patrimonio

Según la Real Academia Española, “acción” (del lat. Actio-oñis) es resultado de hacer. A lo largo del tiempo, tanto nacional internacionalmente se han realizado acciones en pro de la conservación e identidad de los pueblos por medio de su patrimonio, debe señalarse que el estado venezolano ha manifestado preocupación por la protección, conservación y preservación del patrimonio natural y cultural, a través de un conjunto de normas jurídicas que a lo largo de la historia se ha establecido con esta finalidad.

De acuerdo a Posani (1999), el patrimonio cultural debe ser preservado por lo que transmite como memoria social, por su aporte a la formación de identidad, por su valor histórico, por su capacidad de recreación y disfrute estético y por su potencial para formar parte de un plan económico.

En las últimas décadas es creciente la preocupación por la conservación y rescate del patrimonio cultural y por ende de la identidad de los pueblos que ha generado a nivel mundial la necesidad de poner en práctica una política capaz de establecer medidas proteccionistas, para la preservación, conservación, restauración y puesta en valor del mismo en este sentido tenemos que en el Congreso Internacional de Arquitectos de Monumentos Históricos se proclama La Carta de Atenas (1931), constituyendo el primer documento internacional e invita a los

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Estados defensores de la civilización para que se “presten recíprocamente una colaboración cada vez más extensa y concreta para favorecer la conservación de los monumentos artísticos e históricos”.

La preocupación de muchos gobiernos desemboca en el consecuente valor que se atribuye al patrimonio cultural, creándose un marco legal internacional donde se vela por la conservación y valor del mismo. Así, en 1945 nace la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura que entre otras muchas cosas, a través de leyes, propuestas y diferentes Convenciones y Cartas, pretende fomentar la protección del patrimonio cultural histórico mundial y ha instado a los diferentes países que ayuden a esta labor. Dándose un verdadero impulso cuando se crea el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Históricos ICOMOS (1954), expresando la necesidad de promover la conservación, protección utilización y puesta en valor del patrimonio.

Posteriormente surge un documento la Carta Internacional sobre la Conservación y la Restauración de Monumentos y de Conjuntos Históricos-Artísticos denominada “Carta de Venecia 1965”, promulgada en el II Congreso Internacional de Arquitectos y Técnicos de Monumentos Históricos (1964). Estableciendo los principios que rigen la protección y conservación de los Monumentos hoy en día, dada la importancia de ser en el presente testimonio de las tradiciones y formas de vida pasada, ya que son inseparables del medio donde están situados y de la historia de la cual es testigo.

En el marco de la Reunión sobre Conservación y Utilización de Monumentos y Lugares de Interés Histórico y Artístico las Normas de Quito, creadas pro ICOMOS (1967), siendo el primer documento referido al patrimonio latinoamericano, profundizando acerca del problema que representa la conservación y utilización del patrimonio así como la responsabilidad del estado sobre los monumentos históricos. Igualmente establece recomendaciones sobre el uso turístico sostenible de los mismos.

La Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas UNESCO (1972), en su reunión 17ª celebrada en París aprueba la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural, por considerar que el patrimonio cultural y natural se encuentra cada vez más en peligro de destrucción, lo que constituye un atentado al legado de todos los pueblo del mundo.

Conscientes de su responsabilidad, la Asamblea General del ICOMOS (1987), adopta la Carta Internacional para la Conservación de Poblaciones y Áreas Urbanas

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Históricas. Definiendo la importancia de la conservación de los núcleos urbanos de carácter histórico manifestando “los referidos núcleos históricos son expresión de los valores de las civilizaciones urbanas tradicionales”, dejando entrever las amenazas que pesan sobre ellas por las destrucción muchas veces provocadas por los nuevos desarrollos urbanos surgidas de la era industrial (ICOMOS 1987: 1).

Es de hacer notar que este documento es un complemento de la Carta de Venecia 1964, ya que define los principios, objetivos, métodos e instrumentos de actuación más apropiados para preservar las poblaciones y áreas urbanas históricas.

Con la necesidad de crear conciencia desde la educación de los ciudadanos desde la etapa de su formación la UNESCO (1992) Artículo 37, se “debe emprenderse una acción educadora dentro y fuera de las escuelas para despertar y estimular el respeto del público por los lugares y países y, dar a conocer las normas dictadas para lograr su protección”. Fomentando entre los gobiernos de los Estados miembros “la educación del público y estimular la acción de la asociación dedicada a esa tarea, mediante medios de publicidad, películas, programas radiales o televisivos, folletos, libros, entre otros”.

Por su parte la Conserjería de Cultura de la Junta de Andalucía (2004: 01), dentro de las actuaciones y proyectos de cooperación internacional propuestos, plantearon la Conservación y puesta en valor del Patrimonio Cultural como una de las principales líneas de actuación, ya que para ellos los bienes culturales tanto tangibles como intangibles, representan la memoria colectiva de las comunidades en todo el mundo y conforman su perfil de identidad. Siendo “los bienes culturales testimonios vivos de nuestra civilización, constituyen el más valioso patrimonio que conforma nuestra realidad” Junta de Andalucía (2014: 2).

En Venezuela en 1945, se promulga la primera Ley de Protección al Patrimonio Cultural, denominada Ley de Conservación y Protección de Antigüedades y Obras Artísticas de la Nación, fijando las pautas y reglamentos que sirven de protección al Patrimonio Nacional, creándose la Junta Nacional Protectora y Conservadora del Patrimonio Histórico y Artístico de la Nación, y fue el máximo organismo en materia de Patrimonio en el país.

Para 1993, se crea la nueva Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural, sustituyendo la primera, ampliando el término Patrimonio Cultural, haciéndolo más acorde con los conceptos emitidos en las declaraciones de la UNESCO, incluyendo en ésta la investigación, el rescate, la preservación,

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

restauración, revitalización, revaloración, mantenimiento, incremento, exhibición, custodia, identificación y todo cuanto requiere su protección cultural, material y espiritual.

Para velar por el cumplimiento de esta Ley se creó en 1994 el Instituto de Patrimonio Cultural (IPC) en Caracas, con el objetivo de determinar la identificación, preservación, rehabilitación, defensa, salvaguarda y consolidación de las obras conjuntas y lugares creados por el hombre o de origen natural, presentes en el territorio de la República y que por su contenido cultural constituyen elementos fundamentales de nuestra identidad nacional. Igualmente en el cumplimiento de su objeto, el instituto establece la coordinación necesaria con los Estados y Municipios de acuerdo con lo establecido por la Ley de Descentralización, Delimitación y Transferencia de competencia del Poder Público.

Esta citada ley de protección y defensa del Patrimonio aporta la presentación de los artículos sancionatorios estableciendo en el Artículo 44 que será penado de dos (2) o cuatro (4) años de prisión quien destruya, deteriore o dañe cualquiera de los bienes establecidos en los Artículos 2º y 6º de esta ley. En el Artículo 45: se indica que el que habiendo obrado con imprudencia, negligencia, impericia o por inobservancia de esta ley ocasionen daño será sancionado con la mitad de la pena. Las demás infracciones que no constituyan delitos de acuerdo al Artículo 47, serán sancionados con multa.

Otra ley regulatoria en el ámbito nacional se presenta en la Ley Orgánica para la Ordenación del Territorio (LOOT 1983), que considera como área bajo régimen de administración especial los sitios de Patrimonio Histórico y Arqueológico. El organismo que opera bajo esta ley es el Ministerio de Infraestructura (MINFRA) y establece sanciones a todas las personas naturales o jurídicas que incumpla las normas y establece multas a quienes violen los planes.

El MINFRA también toma en cuenta, la Ley Orgánica de Ordenación Urbanística (LOOU 1987) que define las Zonas de interés turístico (aquellas áreas culturales y de valor histórico) a través del Artículo 2, donde se establece que es de interés turístico, aquellos lugares que por su valor histórico o cultural, tengan significación turística y recreativa. Y en el Capítulo III, Artículo 36, donde se indica que la participación se orienta a los prestadores de servicios y los turistas quienes respectivamente poseen derechos y deberes con el Patrimonio, comunidades, costumbres, creencias y comportamientos. Esta ley deja establecida las sanciones

relativas a la suspensión inmediata del Registro Turístico Nacional (RTN), permisos y licencias, Multas por incumplimiento de las normas.

Como una forma de reforzar y velar por la herencia de la Nación Venezolana la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV, 1999:23) en su Artículo 99, señala que: “los valores de la cultura constituyen un bien irrenunciable del pueblo venezolano y un derecho fundamental que el Estado fomentará y garantizará, procurando las condiciones, instrumentos legales, medios y presupuestos necesarios”. Este artículo reconoce la autonomía de la administración cultural pública en los términos que establezca la ley. El Estado garantizará según la CRBV (1999) la protección y preservación, enriquecimiento, conservación y restauración del patrimonio cultural, tangible e intangible y la memoria histórica de la Nación. Los bienes que constituyen el patrimonio cultural de la Nación son inalienables, imprescriptibles e inembargables. La ley establece así mismo las penas y sanciones para los daños causados a estos bienes.

En el Estado Zulia con la firma del convenio suscrito entre el Instituto del Patrimonio Cultural, la Universidad del Zulia (LUZ), a través del Instituto de Investigación de la Facultad de Arquitectura (IFA) y la Gobernación del Estado Zulia, representada por el Centro Rafael Urdaneta (CRU) y por la Secretaría de Cultura del Zulia, se realizó entre 1995-1997 un Inventario y Registro del Patrimonio Cultural del Zulia, a objeto de cumplir con las obligaciones de defensa, resguardo y preservación previstas en la Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural de 1993.

La municipalidad de Miranda ha implementado acciones para conservar las edificaciones, y el cumplimiento del Decreto Nacional que declara “Sitio de Valor Histórico Nacional”, al casco central de Los Puertos, publicado en Gaceta Oficial N°32.201 de fecha 02/04/1981. Para ello, la Alcaldía del Municipio Miranda en conjunto con la Empresa Petroquímica de Venezuela (PEQUIVEN) y el asesoramiento de Instituto de Investigación de la Facultad de Arquitectura (IFAD) de la Universidad del Zulia (LUZ), elaboró el Plan de Desarrollo Urbano Local para Los Puertos de Altagracia (PDUL Altagracia 1996), con la finalidad de analizar la problemática urbanística y proponer acciones (ordenanzas) para recuperar la ciudad de Altagracia (Plan que todavía no ha sido aprobado ya que falta la etapa de consulta a la comunidad residente).

Igualmente en el año de 1999, la Municipalidad de Miranda, declaró por Decreto “Sitio de Valor Histórico Nacional al Casco Urbano de Los Puertos de Altagracia” y con ello prohíbe a la ciudadanía en general la construcción o

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

remodelación en el área del Casco Urbano Histórico de Los Puertos de Altagracia (Anexo I).

En este sentido, se puede decir que, tanto a nivel internacional, nacional, estatal y municipal, se han realizado diversas acciones dirigidas a la conservación y utilización de los bienes de interés histórico y arquitectónico, a pesar que, como afirma Mercedes Ferrer y Carolina Quintero (2002:10) “en América Latina y Venezuela la pérdida del patrimonio se debe a varios factores, entre los que se destacan dos (2) como los más importantes: la falta de interés y la ausencia de una conciencia conservacionista”. Comprendiendo con esto que se debe hacer énfasis en la formación de valores y desarrollo de costumbres conservacionistas y de respeto del patrimonio en los ciudadanos, así como el cumplimiento de las normativas existentes.

A. Puesta en Valor del Patrimonio Cultural

El patrimonio cultural es un elemento esencial del bienestar general y de la calidad de vida de los ciudadanos, así como un poderoso instrumento de cohesión social (Troitiño 1999). Es la expresión de la totalidad de conocimientos, creencias y valores, tanto artísticos como filosóficos y morales, que conforman la tradición de la gente y es la base de sus actividades expresadas en tiempo, a través de procesos y agentes específicos (Calandra 2003). En palabras de Ballart (en Calandra 2003: 10).

“El patrimonio cultural no sólo mantiene hoy día un Valor simbólico-significativo y formal, sino que ha visto reforzado su valor de uso. Según este autor el patrimonio con valor simbólico-significativo actúa como nexo entre personas separadas por el tiempo, por lo que funciona como testimonio de ideas, hechos y situaciones del pasado; asimismo, el patrimonio con valor formal es apreciado por la atracción que despierta en los sentidos, por el placer que proporciona por razón de la forma y otras cualidades sensibles y por el mérito que presentan; finalmente, el patrimonio cultural con valor de uso es evaluado siempre con criterios de utilidad, satisfaciendo, por tanto, una necesidad material, de conocimiento o de deseo”.

Desde un punto de vista económico el valor de uso resulta ser una pieza clave para la oferta y demanda de patrimonio cultural. Es claro que un cierto uso económico del patrimonio es útil para darle el valor que le permita desarrollar y recibir los recursos necesarios para su uso y su comercialización. Pero desde el momento en que la economía prime sobre el resto, la “comercialización” del patrimonio tendrá un uso mucho más exclusivo (Zouain 2003). Según este autor citado existe una paradoja del patrimonio que vemos cada vez más en nuestros días. Su postulado (Zouain 2003: 505) lo enuncia y resume como:

“Cuanto más valores intangibles intrínsecos tiene un bien cultural, mayor es su valor económico, desde el momento que sea accesible. Por otro lado, cuanto más aumente el valor económico de un bien cultural, más disminuyen sus valores intangibles intrínsecos.”

Lo ideal sería en medio de esta situación conflictiva, donde un valor haría disminuir al otro, la búsqueda del equilibrio si queremos que el patrimonio esté vivo y sea útil, respetando los aspectos patrimoniales del bien y maximizando su contribución económica.

El patrimonio cultural adquiere un valor como recurso que lo diferencia considerablemente del resto de objetos históricos, ya que adquiere categorías que están por encima de objetos que no son reconocidos por las instituciones, no están catalogados o no han sido declarados dentro de las diferentes categorías existentes en la actualidad según el país al que pertenezca (Patrimonio Cultural Mundial, Patrimonio Cultural Nacional, Zona Típica...) (Méndez R. 2009).

El valor de uso turístico del patrimonio cultural urbano viene precedido por su valor formal. Para que un bien patrimonial experimente un proceso de valorización es necesario que este sea reconocido, de hecho, un elemento cultural no es un recurso turístico si primero éste no es clasificado como “patrimonio, y después transformado o gestionado por unos agentes (públicos o privados) que lo incorporen al mercado turístico” (Calandra 2003: 14).

Sin embargo, en la actualidad se debate intensamente en cuanto a la puesta en valor turístico del patrimonio cultural y natural. Esta situación se basa en que por un lado cada día se tiene más conciencia del valor como activo económico del patrimonio y por otro existe cierta alarma, cierta preocupación por los daños y perjuicios que puede causar el turismo en el patrimonio tangible e intangible que en muchos casos, diría, en la mayoría de los casos, pueden ser irreversibles (Torres P. 2003).

Por otro lado la “turistificación” del patrimonio o revalorización y utilización turística del patrimonio cultural requiere su integración en un proyecto cultural donde la oferta, en función de los deseos de la sociedad local, prime sobre la demanda (Troitiño 2000). La reutilización turística del patrimonio resulta muy positiva para la recuperación urbana; sin embargo, hay que tener en cuenta la fragilidad del patrimonio y la necesidad de un control y gestión local de los recursos (Troitiño 2000).

La explotación turística del patrimonio urbano tiene que diseñarse con principios éticos, en el sentido de que la regulación y contextualización de las

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

actividades turísticas deben inexcusablemente estar condicionadas por el mantenimiento y fomento del patrimonio sin impactos nocivos, extralimitando su capacidad de acogida, ni banalizando el uso público de dicho patrimonio, por cuanto es imprescindible la intervención técnica y el diseño tecnológico de expertos en la ocupación, uso y funcionalidad turística del patrimonio cultural urbano (Cortés 2001 y Calandra 2003).

Ruiz Baudrihayé (en Cortés 2001) resume en cinco (5) aspectos el proceso del desarrollo de la funcionalidad o uso turístico del patrimonio cultural:

1. Prioridad del elemento de conservación sobre el comercial
2. Riguroso análisis de la viabilidad del proyecto y gestión sostenible de los productos de turismo cultural.
3. Planificación Integral, especialmente la urbanística.
4. Compensaciones fiscales a los municipios históricos.
5. Participación de la población.

La preservación y uso de este patrimonio no sólo involucra a autoridades y turistas, un papel tremendamente importante lo juega la comunidad receptora, que consciente de los valores de su herencia, se convierta en el principal guardián y defensor de la misma, a la vez que su participación en la gestión y el diseño de la oferta es condición fundamental para lograr el éxito esperado.

Planteamiento que es ratificado por la autora Bernarda Barnini (2005: 196) cuando expone que para lograr el desarrollo turístico y poner en valor el patrimonio cultural, no solo es el resultado de las características naturales y culturales de los lugares estudiados, sino también de la atención que le prestan los actores locales y la capacidad de estos últimos de sustraerle los elementos significativos con el fin de garantizar sus distintos usos, entre los cuales incluye el uso turístico.

Sin dejar de tener presente que a través de este proceso de valorización, el turismo genera sus propios lugares, espacios, códigos y lenguajes simbólicos, ya que los turistas también participan de este proceso de valorización en la medida que no solo consumen el espacio sino también lo marcan a través de distintas formas de apropiación y una proyección de sentido. De modo que la actividad turística percibida como una fuerza exógena al territorio no solo refleja elementos positivos y negativos, sino también pueden desempeñar un papel decisivo en la adecuación y la identidad de los territorios locales (Barnini 2005: 197).

La puesta en valor turística con el propósito de contribuir al desarrollo no se agota en:

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

“atribuir condiciones de atracción, acceso y función del lugar o acontecer de interés, sino en el sentido que dicho lugar o acontecer adquiere cuando tales condiciones inciden en la identidad y la pertenencia que le confiere provocar a la apropiación de la mirada turística” (Mantero 2010: 28).

Esto se concreta en que además del alcance técnico o económico devela el aspecto sociocultural de sensible incidencia en el territorio, en la mirada cotidiana del habitante

Es importante señalar que, para toda puesta en marcha de productos turísticos este se concreta en diferentes actuaciones que según (León 2007) se realizan para la puesta en valor entre otras se refieren a:

- Recuperación y embellecimiento del patrimonio
- Cascos históricos.
- Señalización turística.
- Transporte

Todo esto impone que en la labor de la puesta en valor turístico del patrimonio se imponga un trabajo muy efectivo, para no caer en equívocos o desaciertos, es necesario un planeamiento previo y pronosticable para lograr la relación simbiótica entre la cultura y el turismo.

En este sentido, Martí (en Millano 2008: 42) propone en relación a la valoración estructurarlo en dos (2) aspectos, el primero como el “valor de consumo referido a los bienes que presentan atractivos por su valor artístico u originalidad”, referidos a la productividad económica; y el segundo el “valor que presenta para la identidad cultural de la comunidad”, en el que la trascendencia está asociada a la “consolidación de la identidad cultural del grupo social”, donde el patrimonio adquiere valor en función de su capacidad como elemento de identificación y “apropiación del entorno por parte de la comunidad”. En cuanto a la apropiación plantea, que si el patrimonio es considerado como apoyo para la memoria social, la comunidad pasa a ser un elemento protagónico de cualquier intervención a realizar.

Sin embargo, esta participación comunitaria puede ser más efectiva si plantea su participación a través de organizaciones, para lo cual es necesaria la capacitación de los involucrados de manera que logren comprometerse con su patrimonio (Repetto en Millano 2008: 42).

Por su parte Caraballo (en Díaz 1999), plantea que, para lograr el máximo aprovechamiento de los atractivos que tienen en el patrimonio su soporte material, se debe generar un conjunto de acciones, entre las cuales destaca: el conocimiento

del bien cultural o natural a profundidad. Para esto es necesario un inventario donde se clasifiquen: categorizando y cuantificando, esos atractivos, por medio de una valoración, para luego establecer un inventario que contemple lo histórico documental y lo legal del inmueble.

Este autor señala en relación a la valorización del Patrimonio Cultural como insumo turístico que, deben ser conservados como una parte de la vida cultural de la cual han formado parte de la comunidad y, lo más importante según Caraballo (2003: s/p), es ser parte de su identidad, entendida esta dentro de la conciencia colectiva de dicha sociedad y manifiesta “podemos entender como valor patrimonial, el aporte que haya tenido para una sociedad determinada; un inmueble, un objeto, un sitio o una tradición en su correspondiente momentos históricos”.

Los bienes patrimoniales como recursos se deben considerar en contextos concretos, ya que el valor se les atribuye siempre dependiendo de escenarios históricos precisos. Así pues Ballart (en Méndez R. 2009: 25) categoriza estos valores que se les atribuye al patrimonio cultural sobre todo hace la referencia aplicado a los objetos con valor implícito, partiendo de esta base, estableciendo de esta forma tres (3) valores:

- **Valor de uso:** Se refiere a utilidad, evaluando el patrimonio cultural desde el punto de vista de ser útil para satisfacer una necesidad de conocimiento, o sirve para hacer algo. Todos los objetos producidos por el hombre siempre han sido para una finalidad concreta, y su carácter material hace que sean apreciados porque son utilizados para la finalidad prevista. También por su carácter inmaterial adquiere valor ya que básicamente sirve para el conocimiento y sabiduría, fomentando la investigación y logrando llegar a conocer toda la información que almacena, ya que acumula al saber humano de épocas pasadas.
- **Valor formal:** este valor tiene su atribución en las cualidades estéticas que representen, en todo caso lo que haga atraer a los sentidos, en definitiva en la forma que tengan y los atractivos que de ella emanan. En este tipo de valor, se asocia también la escasez y la dificultad de obtención, lo que hace que sean aún más codiciados. Otros aspectos como la antigüedad, la técnica utilizada por el autor, la calidad del trabajo del propio, artista, y lo cerca que esté de la función para la que fue creado el objeto, hacen que ese valor se incremente.

- **Valor simbólico significativo:** Es aquel que se centra en aquellos objetos que son vínculos entre los pueblos o personas que lo realizaron y aquellos que hoy día lo disfrutan. Todo elemento histórico es un vehículo de información del pasado y un portador de conocimiento para generaciones futuras. En la actualidad se tiende a pensar que los objetos mostrados en lugares como museos o exposiciones, están ahí no solo por el único hecho de admirarlos, sino porque poseen información del pasado, transmiten conocimiento y que posiblemente contengan algo desconocido que es preciso investigar.

Los objetos históricos pueden tener diferentes significados que van acrecentando su valor a lo largo del tiempo. Además también existen muchos que asumen valor de símbolo con aspectos con los que ya no mantienen una relación íntima. Ya que la simbolización es una capacidad humana de crucial importancia en los procesos de transmisión cultural. Las comunidades aprenden y transmiten conocimiento mediante símbolos entre las ideas y las cosas, así pues, el patrimonio cultural posee grandes posibilidades para ser utilizado como símbolo para ello.

Esta idea sobre el valor simbólico del patrimonio es complementado por Monteserín Obdulia (2007) cuando expone que:

El patrimonio, muchas veces se convierte en un símbolo, en un “hito e imagen de la sociedad que representa la memoria colectiva, un modo estereotipado de vida, una cultura y convirtiéndose en atracción turística”. El patrimonio tanto material o inmaterial puede ser explotado por vía económica directamente o a través de símbolos culturales, de imágenes que le dan a la ciudad, que son claves para la explotación turística. El tipo de demandas se debe tener en cuenta a la hora de ordenar y gestionar el patrimonio (Monteserín 2007:183).

Otros criterios de valorización que complementan los ya expresados para ser utilizados como referencia en esta investigación son los establecidos para la valorizar el Patrimonio Cultural Edificado heredado que se encuentran presentes en el área de estudio empleado como criterio por la Fundación para la Protección y Defensa del Patrimonio Cultural de Caracas en el Pre-inventario de las parroquias caraqueñas (1994).

1. **Valor histórico:** todo bien cultural posee un valor histórico por ser testigo de los acontecimientos de una época y sitio determinado, toda edificación que

por su temporalidad, tipología y/o lenguaje defina una temporada o pauta dentro de la evolución histórica de la ciudad.

2. **Valor arquitectónico:** cuando un inmueble manifiesta con claridad el carácter con que fue definido correspondiendo la forma con la función y teniendo en cuenta que el repertorio formal, especialidad, materiales y formas constructivas no haya sido alteradas hasta el punto de desvirtuar su significado y lectura original.
3. **Valor urbano:** valor contenido en el marco físico, taza urbana, lote, volumetría y escala.
4. **Valor social:** son aquellos bienes cuyo contenido en el marco sociocultural han dejado una huella con respecto a valore, usos habitantes, tradiciones y costumbres.
5. **Valor ambiental:** son aquellos que le otorgan un espacio a la ciudad edificios que conforman una plaza, se integran o forman parte de la misma.
6. **Valor artístico:** edificaciones o espacios que en su conformación cuentan con la presencia de ornamentos, balaustradas, frescos, murales, entre otros, que pueden ser considerados con dicho valor.
7. **Objetos muebles** que destaquen en el conjunto de una plaza, un museo u otra edificación o espacio.
8. **Valor político:** las que por su función conllevan una actividad relacionada con el acontecer político pasado o presente.
9. **Valor documental:** existen tres (3) categorías: Archivos de documento; El valor por sí mismo un documento o referencia histórica; Existencia de referencias bibliográficas importantes.
10. **Valor económico:** cuando el bien posee carácter de mercancía en el mercado regional, nacional o internacional.

En la actualidad se debate intensamente en cuanto a la puesta en valor turístico del patrimonio cultural y natural. Esta situación se basa en que por un lado cada día se tiene más conciencia del valor como activo económico del patrimonio y por otro existe cierta alarma, cierta preocupación por los “daños y perjuicios que puede causar el turismo en el patrimonio tangible e intangible que en muchos casos, diría, en la mayoría de los casos puede ser irreversible” (Torres M. 2003: 4).

B. Patrimonio Cultural, Desarrollo Económico y Turismo

Hoy en día el patrimonio cultural es utilizado como recurso económico. En algunos centros históricos de urbes importantes se está tendiendo a darle un uso

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

distinto al original lo que está dando buenos resultados y al crecimiento económico. El turismo genera una gran fuente de recursos que conserva y desarrolla el patrimonio cultural, constituyendo una fuente económica significativa de buena parte de las localidades del interior, habiendo contribuido también a la puesta en marcha de procesos de revitalización económica y de recuperación del patrimonio local (Monteserín 2007: 53).

En los países más desarrollados, el patrimonio cultural se ha convertido en un mero producto comercial generador de renta. Se ha olvidado el carácter originario que tiene y ha pasado a ser un objeto con el que se comercia, convirtiéndose en uno de los productos más vendidos. Como apunta Ballart y Tresserras (2005: 156):

“...el patrimonio cultural ha pasado a ser un componente esencial de la cultura de masas, en el que la tradición y el pasado se ha convertido, para pesar de muchos, en un juguete comercializado del futuro de nuevas formas de mercantilizar nuestros orígenes”.

Sin embargo, según Méndez R. (2009: 30) el “uso sostenible del patrimonio cultural genera desarrollo económico y social, lo que hace que se mejore la calidad de vida de las comunidades, sobre todo aquellas menos favorecidas”. Dándose muchos casos en los que el patrimonio cultural es el motor principal del desarrollo turístico, lo que fomenta que se incentive las acciones para investigar, rescatar preservar y difundir el patrimonio cultural. También son de mucha repercusión la creación de muchos agentes de la sociedad, como asociaciones, patronatos y demás organismos creados para la mejora del patrimonio cultural en acciones concretas, con repercusión social con capacidad para generar movimientos sociales, reunir recursos, y trabajar en conjunto con las instituciones públicas y mejorar la concienciación en relación al patrimonio (op. cit.).

Algunos organismos públicos que han ayudado al binomio patrimonio cultural-turismo son la Unión Europea (UE), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Cooperación Española de Iberoamérica (CEI). Todos han contribuido según Méndez R. (2009:30) al “desarrollo de muchos proyectos en áreas de la conservación del patrimonio cultural y su uso como recursos turísticos”, ha considerado igualmente el patrimonio cultural como un gran recurso económico para mejorar las condiciones de vida en las comunidades más desprotegidas, mejorando las infraestructuras con políticas urbanas, y con ello la calidad de vida de la sociedad.

La UNESCO ha contribuido con esas políticas cuando propone a sus estados miembros, en la formulación de sus políticas, replantear la relación entre turismo y diversidad cultural, entre turismo y diálogo intercultural, y entre turismo y desarrollo

económico. De este modo piensa contribuir a la lucha contra la pobreza, la defensa del medio ambiente y a un aprecio mutuo de las culturas.

Expone Monteserín (2007), como el patrimonio heredado en términos generales:

“existe porque se produce una identificación cultural que lo convierte en un recurso con la función de enriquecer la cultura y servir al desarrollo, favorecer la cohesión social, vital para llevar a cabo un proyecto común, liberar de la homogenización y favorecer la supervivencia del territorio, por su propia valorización” (Monteserín 2007:183).

El patrimonio cultural, aunque tenga un carácter, estético, emocional y social, es también medible en términos económicos en lo referente a su desarrollo, plasmado en productos y servicios, e implicaciones. Esta influencia de la economía sobre la cultura y su patrimonio se ve reflejada en diferentes aspectos, como son “...el impacto social y económico directo e indirecto, la creación de identidades, el desarrollo de las personas, el desarrollo territorial, los beneficios económicos directos ligados a su aprovechamiento, entre otros” (Monteserín 2007:180).

Durante los últimos sesenta años, el turismo se ha convertido en una de las mayores fuerzas socioeconómicas, no sin controversias. Su contribución a la economía global viene creciendo de forma significativa. Según la OMT (2014) solo hay que observar el crecimiento que ha tenido desde el pasado año, así lo confirma el último barómetro OMT del Turismo Mundial, donde reflejan que las llegadas de turistas internacionales crecieron un 5% en 2013 hasta alcanzar los 1.087 millones, los resultados estuvieron muy por encima de las expectativas, y en 2013 viajaron 52 millones de turistas internacionales más que el año anterior, especialmente en los países emergentes, aportando el 9% del producto interno bruto (PIB) mundial, contribuyendo el turismo al empleo entre 6% y 7% del número total de puestos de trabajo en todo el mundo, a “pesar del incierto entorno económico mundial” (OMT 2014).

Asimismo, el turismo es una de las principales exportaciones a nivel mundial. Representa más del 30% de las exportaciones de servicios y el 6 por 100 del total de las exportaciones. Por estos y otros datos se confirma la gran importancia del turismo en la economía mundial, y el papel tan importante en el desarrollo de países consolidados como destinos turísticos, dónde esta industria representa un porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB) bastante alto, como el ejemplo de Francia o España. No es de extrañar que esta actividad se siga considerando un abanico de posibilidades efectiva para aquellos países en vías de desarrollo, para su

mejora y consolidación de la economía, y que ayude a tener mejores condiciones a nivel general. Sin embargo, como lo indica la OMT (1998) y Reyes (2010: 30) hay que tener en cuenta los efectos tanto negativos como positivos del turismo en la economía la política, la sociedad y el entorno natural (Tabla 9).

Tabla 9. Impacto local del turismo

Ámbito	Impacto Positivo	Impacto Negativo
Económico	Entrada de divisas, Equilibrio en la balanza de pagos, Contribución al Producto Nacional Bruto	Incremento de las importaciones Distorsiones del mercado laboral Aumento de precios (Inflación)
	Generación de empleos	Limitaciones en la inversión pública
	Mejora de la infraestructura	Fluctuación de la demanda afectando la economía
	Estímulo a la actividad empresarial	Insuficiencia infraestructura de servicio público y viviendas, inflación.
	Dinámica económica regional.	Especulación en las tierras y el negocio inmobiliario.
	Reducción de la emigración de la población local.	
Socio - Culturales	Se genera intercambio cultural Se valoran las tradiciones y costumbres en algunas áreas a ser mostradas a los turistas y visitantes	Modificación de la estructura poblacional Cambios y pérdidas de la diversidad en cultura y valores tradicionales.
	Mejoras en las facilidades e instalaciones del destino	Incremento de la delincuencia, prostitución, inseguridad, marginalidad, conflictos étnicos y xenofóbicos,
	Mejora la calidad de vida de la población residente.	Diferencia sociales entre visitantes y residentes
	Preservación del patrimonio monumental	Contrastes entre pobreza y riqueza. La población es aprovechada en forma negativa o de servidumbre de las grandes empresas turísticas
Político	Formación de nuevos grupos de poder Genera desarrollo social y económico a partir de políticas públicas.	Modificación de las estructuras tradicionales de los grupos de poder. Los nuevos propietarios de tierras y de grandes empresas turísticas inciden en la forma de organizarse y ejercer el poder en la región.
	Divulgación del conocimiento de especies de flora y fauna y de otros atractivos naturales locales	Perdida de manglares y humedales Aglomeración de edificaciones y arquitectura no integrada al paisaje.
Ambientales	Implementación de estrategias de turismo sustentables	Segregación de residentes locales en países no desarrollados
	Adopción de medidas para preservar tesoros de la zona	Alteración de ecosistemas.
	Establecimiento de estándares de calidad	Contaminación, deforestación y sobreuso del suelo, erosión de la zona, entre otros.
	Mayor involucración de la Administración Pública	Rivalidad en la utilización de los recursos naturales
Espacial	Creador de espacio e infraestructura	Modifica las estructuras tradicionales, Genera grandes concentraciones por migraciones rurales a centros urbanos, promoviendo la construcción de ciudades poco planificadas, creando caos y desorden.

Fuente: Adaptación Propia a partir de OMT (1998); Reyes. (2010); Pulido y Sáez (2011)

C. Patrimonio Cultural como Recurso Turístico

Como ya hemos visto, la actividad turística puede resultar un estímulo para difundir la identidad cultural de las comunidades en diferentes ámbitos. A través del turismo se obtienen recursos que como se ha expuesto pueden llevar al desarrollo económico, social y medioambiental a países o áreas territoriales donde existe un patrimonio cultural importante patentizado el casco histórico fundacional. Así, vemos que el patrimonio cultural puede ser utilizado como recurso turístico, con el esperado fin de promoverlo, difundirlo y conservarlo de la mano de la actividad turística, formando parte de la oferta turística de un destino. El turismo necesita al patrimonio cultural para la creación de nuevos productos que puedan ser consumidos por el turista, y el patrimonio cultural requiere de un mantenimiento y conservación y de los beneficios de este para su preservación.

El patrimonio cultural es fundamental para el turismo ya que le otorga identidad al lugar donde se encuentra, incluso convirtiéndolo en una imagen de marca. Interpretar el legado patrimonial heredado de manera correcta, juega un papel muy importante para conseguir la autenticidad y la identidad local Gómez Navarro (2001), afirmó que “si un destino pretende defender y valorar sus precios, debe acentuar su identidad y apoyarse en elementos de singularidad que le permitan que el turista prefiera ese destino aunque sea más caro que otro” (Gómez en Méndez R. 2009: 33).

Esta idea es reforzada Monteserín Obdulia (2007) citando varios autores los cuales exponen:

“El patrimonio cultural es un motor de desarrollo, un recurso estratégico generador de riqueza a partir de sus diferentes formas de manifestación, que propicia un consumo. A partir de la acepción social se le otorga un uso, un valor capital, es decir, se convierte en recurso económico. En este sentido se puede afirmar que el patrimonio desempeña funciones socioculturales y económicas. El patrimonio se presenta, así, como un recurso productivo en tanto que puede generar riqueza, producción turística, innovación y empleo, entre otros” (De la Calle; García, M. en Monteserín 2007:184).

El patrimonio cultural arquitectónico y urbanístico, entendidos como recursos, pueden y deben ser un “pilar fundamental en el momento de diseñar una estrategia turística. Para ello hay que lograr vertebrar la sociedad local e ilusionarla con proyectos de futuro creando una nueva cultura de desarrollo turístico”. Una de las ventajas fundamentales de la oferta cultural local es la diversidad y, por esta razón,

una política turística debe partir en función de las características y de las necesidades de las diferentes realidades (Trioitiño 2002: 11).

Necesariamente esta estrategia debe verse de una forma global, es decir “contemplar el patrimonio bajo todas sus formas, en toda su complejidad” enmarcada en el medio ambiente urbano. “Una estrategia verdaderamente innovadora de la conservación del patrimonio debe partir obligatoriamente de una concepción amplia del patrimonio cultural” (Trioitiño 1999).

El patrimonio cultural de las ciudades históricas, donde concurren:

“...edificios, tradiciones y formas de vida que conforman el sentido del lugar propio de cada histórica, denota una singularidad e identidad colectiva que contrasta con la artificialidad y la uniformidad de la era de la realidad virtual. De esta forma, la singularidad local materializada en el patrimonio y ciudad deviene en recurso turístico, recurso que concita la atención creciente de los turistas potenciales de buena parte del mundo. Desde esta perspectiva, atender contra el patrimonio local implica atender contra la posibilidad de desarrollo turístico de la localidad de referencia. De forma análoga, cabe considerar las actuaciones de conservación como inversiones en infraestructura turística”. (Corzo, 1997 citado por Calle Vaquero 2002).

Tomando algunos elementos se puede crear una ventaja competitiva que permita encontrar la diferencia y singularidad del destino turístico, convirtiéndose en recursos principales de muchos destinos. Ejemplo de esto se puede apreciar en Bilbao (País Vasco, norte de España) donde el Museo Guggenheim (creado por Frank Gehry), los museos del Prado y Reina Sofía en pleno centro de Madrid, o el centro urbano de Málaga, por citar alguno, hacen las delicias de millones de visitantes que los han podido disfrutar.

No hay duda que el turismo puede contribuir como fuente de rentas y de empleos, inversiones en infraestructura y servicios turísticos contribuyendo en la mejora de la calidad de vida y con una canalización adecuada a la modernización del comercio y su revitalización, razones por las cuales los gobiernos locales, regionales y nacionales persiguen el desarrollo del turismo.

Sin embargo, un aspecto importante a tener en cuenta de los elementos patrimoniales de las ciudades históricas que actúan como recurso turístico, es la correcta gestión de los flujos de visitantes, los horarios de visita los medios de accesibilidad. Si no se hace una gestión correcta de todo esto, se produce una sobrecarga de visitantes que influye en la degradación de los elementos culturales y en un profundo rechazo por parte de la comunidad residente

Así pues, hay que tomar en cuenta dos (2) conceptos muy importantes como son: la capacidad de carga y la gestión de la sobrecarga. Ambos están relacionados con el desarrollo sostenible de la actividad turística, para la OMT (1998), la capacidad de carga está definida como los “límites en el volumen e intensidad de desarrollo turístico que puede ser soportado por una determinada zona, antes de que los daños sean irreparables” Dentro de esta definición existen aspectos y tipos de capacidad de carga relacionados, según clasifica la OMT (1998: 264):

- **Capacidad de carga ecológica:** Número máximo de visitantes que puede recibir un destino por encima del cual no se asegura un desarrollo compatible con los recursos naturales.
- **Capacidad de carga social:** Nivel de actividad turística por encima de la cual se produce un cambio negativo en la población local.
- **Capacidad de carga del turista:** nivel por encima del cual la satisfacción del turista cae desfavorablemente.
- **Capacidad de carga económica:** Nivel de actividad económica compatible con el equilibrio entre los beneficios económicos que proporciona el turismo, y los impactos negativos, que sobre las economías locales, genera la actividad turística. Se trata de evitar, en la medida de lo posible, las posiciones de monocultivo sectorial, y de aprovechar las oportunidades ofrecidas por el turismo para renovar los sectores tradicionales y estimular el desarrollo de otros nuevos. Puede definirse como la “capacidad de absorber las funciones turísticas sin desplazar actividades económicas locales y deseables” (en Ayuso 2003: 51).

Además de todo esto, Cazes (1998), apunta que:

“la problemática de las cargas turísticas se plantean aquí a dos niveles: uno de tipo técnico de planificación de flujos de afluencia sobre los lugares más concurridos [...], otro más político, que consiste en el arbitraje de distinta funciones que pueden resultar incompatibles en un mismo lugar” (Cazes 1998 en Méndez R. 2009: 34).

Sobre todo porque en la práctica la aplicación de la capacidad de carga como herramienta de planificación sigue siendo muy limitada debido principalmente a las dificultades de cuantificar los límites del desarrollo turístico para una capacidad de carga optima (Ayuso 2003).

Esta idea es complementa por Miguel Ángel Troitiño (1999:41), “cuando el número de visitantes es excesivo, los residentes perciben el turismo como algo negativo y las relaciones con la sociedad local empiezan a ser conflictivas”

igualmente prosigue cuando manifiesta que: “el desarrollo del turismo implica costes, no solamente exigen inversiones, sino que también un flujo excesivo de turistas pueden producir efectos secundarios como contaminación”, tanto ambiental como sónica “congestión del tráfico o banalización social, económica y cultural de la comunidad de acogida”. Igualmente una parte de los “beneficios que el turismo proporciona no redundan a favor de la comunidad local, dado que frecuentemente las empresas más poderosas de la industria turística”, lo turoperadores por ejemplo que tienen su sede en el donde se genera el turismo (Troitiño 1999: 38).

La utilización del patrimonio como recurso turístico capaz de generar un desarrollo sostenible implica una transformación de los criterios de actuación de las administraciones públicas en la gestión del patrimonio, en superar planteamientos exclusivamente proteccionistas incorporando criterios de valorización funcional del patrimonio. Es importante avanzar en el campo de la valoración del patrimonio, al pasar de la conservación pasiva a la conservación activa, integrándose adecuadamente con las necesidades de las comunidades que alberga ese recurso (Calle y Gracia en Monteserín 2007).

No todo el patrimonio es susceptible de convertirse en recurso turístico, no todos los cascos antiguos son idóneos de recuperarse en tanto que espacios de atracción turística ni todas las ciudades históricas cuentan con las condiciones para transformarse en destinos, ha de ser considerado ante todo como una medicina para la sociedad local, una seña de identidad que ancle a la comunidad en el espacio de los lugares (Castells en De la Calle Vaquero 2006: 29).

El patrimonio cultural puede y debe convertirse en un poderoso aliado para el desarrollo de las ciudades sin descuidar el compromiso social, la conservación y evitando la museificación, disponiendo sin duda de adecuados instrumentos de cooperación y gestión (Troitiño 2002).

Esta visión y sentido de adecuación del patrimonio cultural como fuente de recurso y no solo como gasto, abre nuevas vías de acción a la hora de abordar la puesta en valor de las relaciones entre turismo y patrimonio arquitectónico y urbanístico (Consejo de Europa en Troitiño 1999). Sobre todo si se supera el reto de que las ciudades puedan “conservando sus valores y singularidades patrimoniales y medioambientales, la función turística se integre armónicamente en la vida de la ciudad” (Troitiño 1999: 37).

Sin duda alguna el turismo ofrece oportunidades nuevas a los cascos históricos, fundamentalmente la recuperación y reutilización de un patrimonio

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

arquitectónico y urbanístico que como manifiesta el autor citado en “no pocos casos, se encuentra claramente infrautilizado”, mejorando dado los aportes turísticos específicamente el paisaje urbano, acondicionamiento de la trama y las infraestructuras urbanas.

2.2.10 Turismo Sostenible y Patrimonio Cultural

El Patrimonio Cultural de cualquier pueblo, región o localidad debe ser conservado, por los elementos que aporta o transmite dentro de la memoria social o la conformación de la identidad, por sus valores históricos por su capacidad de recreación y disfrute estético y por la posibilidad generada de las potencialidades económicas que representa, para ser integrado a un plan de desarrollo económico.

Una de las formas más evidente de interacción entre el turismo y el patrimonio tangible es el uso de edificaciones, plazas, sitios y conjuntos de alto valor histórico para la actividad turística en cualquiera de sus manifestaciones y formas de utilización (Torres M. 2003).

Está claro, que la evolución actual del sector cultural implica cada vez más al territorio como recurso que puede ser revitalizado. Tres (3) son los factores que entran en juego: *el patrimonio, el visitante y la sociedad local*. Conceptualmente se ha desarrollado una aproximación a este fenómeno y ha surgido una propuesta para el tratamiento de esta actividad emergente que se viene denominando Patrimonio Sostenible, que lo involucra en las políticas estratégicas del territorio, utilizándolo como un recurso más para el desarrollo local.

El concepto de desarrollo sostenible aplicado al patrimonio cultural según Rodríguez et al. (2003), ha tenido en cuenta el equilibrio entre tres (3) variables que operan en cualquier proyecto patrimonial (Figura 10).

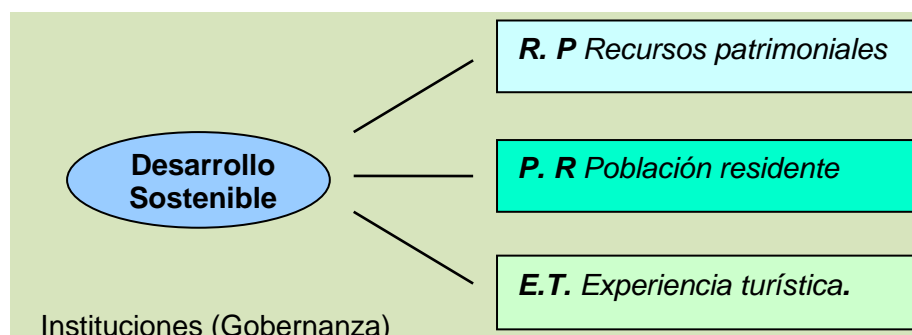


Figura 10. Desarrollo Sostenible aplicado al Patrimonio Cultural

Fuente: Elaboración propia a partir de Rodríguez et al. 2003.

Con respecto a estas, el patrimonio sostenible se marca los siguientes objetivos:

- **Patrimonio:** Mantenimiento a largo plazo, conocimiento y valorización.
- **Población local:** Estima, identificación y cohesión, mejora de la calidad de vida.
- **Visitantes:** Opción al turismo cultural, nuevas formas de recreación y educación.

Dentro de esta dinámica, el gran desafío consiste, sin lugar a dudas, en conseguir un equilibrio razonable entre los tres (3) vectores y sus estrategias adjuntas. Una de las formas posibles como ya se mencionó anteriormente, de lograr este equilibrio es esforzarse por dar una respuesta integral a las tres (3) dimensiones vectoriales mediante una adecuada gestión que incluya la participación de un liderazgo Institucional como parte de la gobernanza de la ciudad. Ahora bien, ¿qué entendemos por gobernanza?.

Se define la gobernanza como “arte o manera de gobernar que se propone como objetivo el logro de un desarrollo económico, social e institucional duradero, promoviendo un sano equilibrio entre el Estado, la sociedad civil y el mercado de la economía” (RAE en Ferrer 2012) y el factor más importante para erradicar la pobreza y promover desarrollo sostenible (Annan en Whittingham; Kaufmann et al. en Ferrer 2012). Estos tres (3) aspectos, gobernanza, superación de la pobreza y desarrollo, al entretenerse en el territorio, adquieren importancia crítica, especialmente en países en desarrollo como Venezuela y, cuando se afirma que las formas de gobernanza son fundamentales para promover y garantizar el desarrollo sostenible (Farinós; Internacional Institute for Sustainable Development-IISD; en Ferrer 2012).

La gobernanza urbana:

“implica una mayor diversidad en la organización de servicios, una mayor flexibilidad, una variedad de autores, incluso una transformación de las formas que la democracia local pudiera asumir, y toma en cuenta a los ciudadanos y consumidores, y la complejidad de nuevas formas de ciudadanía” (Le Galls en Mayorga y Córdova 2007: s/p).

La gobernanza urbana para el desarrollo sostenible se ha convertido en el instrumento en que se entretienen los intereses para lograr una gestión más efectiva del gobierno de las ciudades, a través de la gestión de políticas de desarrollo territorial, con la participación cooperativa pluriactoral para garantizar la integración sociopolítica entre “gobierno, sociedad civil y mercado” (Kooiman en Ferrer 2012) y

el desarrollo sostenible, que emerge como campo privilegiado para la aplicación de nuevas formas de gobernanza (Farinós en Ferrer 2012). Los retos más importantes que enfrentan las ciudades en el siglo XXI se relacionan con la gobernanza, entendida como máxima expresión de la política orientada a la gobernabilidad y la capacidad como liderazgo municipal para articular la red de actores en un marco de confianza que incentive la colaboración constructiva (Centelles 2006 en Ferrer 2012) y “el diseño de una estructura de gobernanza para la ciudad” (Frug en Ferrer 2012: 18) que posibilite su transformación en ciudades sostenibles. La complejidad y dinamismo de las ciudades, la multiplicidad, la conectividad e interdependencia interactoral e interterritorial, potenciada por las tecnologías de comunicación y geográficas (TICs y TIGs) y la gestión democrática multirrelacional que confluyen en el gobierno en red, son claves para explicar la gobernanza (Centelles; Farinós; Castells en Ferrer 2012).

Hay que ser conscientes también que el patrimonio es parte de la actividad humana y que es necesario integrarlo en la sociedad proporcionando la infraestructura necesaria para conservarlo. “Si los recursos son sobreexplotados o mal usados por el turismo esto tendrá un impacto irreversible y la calidad de la experiencia del público asimismo sufrirá” (Rodríguez et al. 2003: 4). Dentro de esta lógica, la forma de actuación del patrimonio sostenible se puede cifrar en:

- Programación de los servicios y los productos patrimoniales del territorio.
- Generación de recursos económicos y su reinversión en patrimonio.
- Mejora de la población local mediante su involucración en la explotación de la infraestructura.
- Aumento de empleo y renta a los residentes.
- Contribuir al mantenimiento de equipamientos como museos, teatros y restaurantes.
- Mantener el rejuvenecimiento económico de ciudades o distritos antiguos, poblaciones menores e incluso pueblos rurales si ofrecen atracciones a los turistas.

Es importante para la conservación y mantenimiento en el tiempo del patrimonio cultural, el uso y la utilización de los bienes e inmuebles patrimoniales, como condición para su permanencia, manifiesta Luna (1999: 14), “puede decirse que el patrimonio que no se use y no se integre con el quehacer social y cultural como parte sustancial de una sociedad, se pierde definitivamente”, sobre todo cuando por las condiciones del desarrollo tecnológicos, económicos o, por las

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

diferenciaciones cambiantes de las culturas globalizantes, tiende estos elementos del pasado, si no se genera una respuesta de uso a ser modificados o transformados o desechados en su totalidad. Prueba de esto en el Casco Central de Los Puertos de Altagracia donde existe un gran número de terrenos vacantes donde hubo edificaciones de gran valor histórico.

La actividad turística es una forma viable de potenciar recíprocamente el Patrimonio Cultural, como lo expresaba la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Viajes Internacionales y Turismo (1980) desde el punto de vista turístico, el Patrimonio Cultural, Histórico y Natural constituye un valor sustancialmente importante, esta simbiosis de intereses comunes se podrá resumir diciendo que la actividad turística no puede prescindir del Patrimonio Cultural de una región, y este puede aprovechar el impulso económico generado por el turismo, para su propia permanencia. Es necesario que el desarrollo turístico este enmarcado dentro de los principios de desarrollo sostenible como una actividad donde el ambiente está totalmente incorporado dentro del proceso de decisiones económicas y no como simple consecuencia (Comisión Mundial para el Ambiente y Desarrollo 1987).

Si partimos del hecho de emplear dentro del desarrollo del turismo, la utilización del Patrimonio Cultural como incentivo o atractivo turístico, para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora y a la vez, asegurar la conservación del bien cultural, tanto en su condición física como en su condición de documento histórico para la memoria de los habitantes de dicha comunidad, esto sería crear el “Turismo Sostenible”, según Torres P. (2003: 4).

“Turismo basado en el patrimonio en el patrimonio cultural y natural es un activo económico potencial, pero su gestión y comercialización demanda, exige y obliga a que se establezcan mecanismos sólidos y consensuados de administración, planificación y comercialización se dirija a una clientela apropiada que sea respetuosa con los sagrados valores que porta la herencia de nuestros padres y que será el legado a nuestros hijos”.

Este planteamiento permite visualizar que, el desarrollo del Turismo Cultural debe estar orientado hacia un proceso armónico donde cobra gran importancia la consideración de los aspectos relacionados con los atractivos del Patrimonio Cultural de una región determinada.

La reutilización turística del patrimonio cultural brinda oportunidades nuevas para la recuperación urbana, pero hay que ser consciente de la fragilidad del patrimonio y de la necesidad de un control y gestión local de los recursos. La

administración local tiene que asumir un papel protagónico y comprometerse con la formulación y en la gestión de estrategias sostenibles (Troitiño 2002).

A. Patrimonio y Turismo Cultural

Hasta ahora se ha visto como el patrimonio cultural se convierte en un recurso turístico, pasando a ser una parte de la oferta del turismo en el mundo. A raíz de ese hecho, nace el turismo cultural, un tipo de turismo de intereses especiales o turismo temático. Este tipo de turismo se puede decir “que en cuanto a sus antecedentes es tan antiguo como el hombre mismo” (Esteve 2006: 173). Desde el punto de vista conceptual el Turismo Cultural tiene su origen en la cultura, cuyo consumo parte de muchas formas de nuestro mundo cotidiano (patrimonio, lengua, hábitos, creaciones artísticas, tradiciones, gastronomía). Pero a ello hay que sumarle el viaje que, en sí mismo, adquiere una “dimensión cultural a través de las distintas expresiones que los viajeros viven a lo largo de la estancia”. En esta visión ampliada del Turismo Cultural se encuentra incorporada una dimensión de mercado y consumo (Herrero en Morére y Perelló 2013: 10), a su vez se destaca desde la oferta el valor del Turismo Cultural, como una herramienta en el rescate del patrimonio (Richards en Morére y Perelló 2013).

La primera definición de Turismo Cultural es redactada por la UNESCO en 1976:

“El Turismo Cultural es aquella forma de Turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios históricos-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye-para satisfacer sus propios fines-a su mantenimiento y protección. Esta forma de Turismo justifica, de hecho los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada” (Carta del ICOMOS adoptada en Bruselas en 1976).

A lo largo de las últimas décadas del siglo XX, fueron apareciendo nuevas formas de vida, en un contexto de cambios sociales, culturales y económicos. La población experimento mejoras en cuanto a sus niveles económicos, al igual que en su nivel educativo y cultural. Esto permitió nuevos hábitos de viajes y una tendencia a la fragmentación de las vacaciones activas, además de un deseo de aprender el tiempo libre, en la búsqueda de lo inusual, lo diferente, lo nuevo y sorprendente. Una mejora evidente lo impulsó el sistema de transporte, creando las bases y el entorno propicio para el desarrollo de los llamados Turismos alternativos, entre los que se situaba entonces el Turismo cultural (Pulido y Suárez 2011; Morére y Perelló, 2013).

El elemento diferenciador fue la forma de acercarse a la cultura, presentándose como una actividad diferenciada del turismo de masas como el de sol y playa, prototipo de los años 60. El turismo cultural es una forma de contactar con el pasado, de apuntar entre otros fines al conocimiento de sitios históricos y arqueológicos. En este sentido juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de una nación. Lo cual implica que las comunidades deben mantener en alto sus tradiciones culturales.

La OMT tomará la iniciativa en 1995 y ante esta forma de desplazamiento propone su definición sobre el Turismo Cultural el cual lo constituyen todos los movimientos de las personas para satisfacer la necesidad humana de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros (OMT 1995), igualmente prosigue la OMT 1998:

“está basado en las atracciones culturales que posee el destino, ya sean permanentes o temporales, tales como museos, actuaciones teatrales o musicales, orquestas, etc., o basado en las características culturales y/o sociales de una población que dispone de un estilo tradicional de vida o de unas características propias” (OMT 1998: 139).

Aludiendo al desplazamiento, Richards lo conceptualiza como “el desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales” (Richards en Morére y Perelló, 2013: 21) y supone la introducción de la demanda y su experiencia.

Paralelamente este mismo autor Richards, define el Turismo Cultural relacionando el concepto de viaje y desplazamiento como “todos los movimientos de personas con destino a atractivos culturales concretos, como sitios de interés patrimonial, manifestaciones artísticas y culturales, exposiciones de arte y teatro, en ciudades ubicadas en países que no son su lugar habitual de residencia” (Richards en Morére y Perelló 2013: 22).

La Carta del ICOMOS sobre Turismo Cultural, en 1999, expondrá los términos más ampliamente insistiendo en el intercambio cultural, en las sociedades actuales como forma de turismo: El Turismo nacional e internacional sigue siendo uno de los medios más importantes para el intercambio cultural, ofreciendo una experiencia personal, no sólo acerca de lo que pervive del pasado, sino de la vida actual y de otras sociedades (Carta del Turismo Cultural 1999. ICOMOS). Igualmente esta visión sobre la motivación orientada a conocer todos los elementos que forman parte de la cultura lo expresa Origuet de Cluzeau (1998) al definir el turismo cultural como:

“...aquel en el que se da un desplazamiento y en el que la motivación principal de este desplazamiento es ensanchar los horizontes personales, profesionales, emocionales y de relaciones a través de la búsqueda del patrimonio y de su territorio” (Millano 2008: 36).

Ambas definiciones refieren los desplazamientos de personas por motivos culturales y/o patrimoniales. En este orden de ideas la Secretaría de Estado de Cultura de España (en Millano 2008: 36) define el turismo cultural como “una forma de turismo donde la cultura, en su materialidad o en su inmaterialidad (costumbres, tradiciones), es el factor principal de atracción y el primer objetivo de un viaje”.

Por su parte Sánchez Arciniegas (2002: s/p) lo define como:

“El que se desarrolla con fundamento en los bienes culturales tangibles e intangibles de un país, región y/o localidad, que comporta la interacción entre el sujeto turista ávido de contacto con cultural materiales e inmateriales distintas a la propia y la comunidad receptora como comunicante de sus valores culturales y tradicionales” (Sánchez 2002 en Millano 2008: 37).

Ambas conceptualizaciones consideran los elementos tangibles o materiales como los intangibles o inmateriales para el desarrollo del turismo cultural relacionado con el fortalecimiento de la identidad cultural de las comunidades mediante el intercambio de experiencias entre el visitante y la localidad.

El concepto de Turismo Cultural ha evolucionado considerablemente en los últimos años, configurándose como un concepto en permanente cambio. Originalmente se consideraba como recorridos o visitas por sitios históricos, actualmente se integra por un lado, la oferta de recursos y productos basados en el patrimonio cultural sobre todo el referente al patrimonio arquitectónico o monumental, y por otro lado la incorporación de la demanda y sus motivaciones generando un Turismo Cultural cada vez amplio e integrador, donde todos sus componentes se entremezclan y articulan entre sí.

Uno de los pilares esenciales que ha permitido el desarrollo del turismo ha sido en focalizado hacia el campo de la oferta, tanto en la producción como en la gestión, al reconocer que “todo el patrimonio cultural es susceptible de ser convertido en producto turístico de consumo, y que una buena planificación turística previa es necesaria a la creación de los productos” (Tresserras y Matamala en Morére y Perelló 2013: 23). En la misma tónica, la OMT (1978) clasifica de recurso turístico a “todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los

medios con los que cuenta, hacen posible la actividad turística y la satisfacción de las necesidades de la demanda”.

En cuanto al proceso de producción y transformación de recursos en productos aptos para el consumo turístico, en el informe de la Comisión de la Unión Europea (1993) caracteriza el Turismo Cultural aludiendo a tres (3) condiciones que deben tener las ofertas turísticas culturales:

- Un deseo de cultivarse conocer y comprender los objetos, las obras, incluyendo la población local con la que se entra en contacto.
- El consumo de un producto que contenga e incluya un significado cultural (monumento, obra de arte, espectáculo, intercambio de ideas);
- La intervención de un mediador, ya sea persona o documento escrito o material audiovisual, que tenga la función de subrayar el valor del producto cultural, su presentación y explicación, entre otros

Muchos destinos que han incorporado la cultura a su oferta turística, buscaban diferenciarse del resto, calidad y ventaja competitiva. Hoy día el turismo cultural tiene su propio mercado, y posee ventajas como la baja estacionalidad, o que se vea aumentado el gasto turístico, ya que al cliente de ese tipo de turismo no le importa gastar más por las expectativas que se generan. Otro aspecto importante del turismo cultural, es el fomento del turismo nacional, haciendo que los propios habitantes de una zona, desplazándose en pocas horas, o quizás en un fin de semana, días festivos o vacaciones cortas, vayan a visitar otra región cercana (Méndez, 2009: 39).

Parte de estos elementos que especifican al cliente de este tipo de turismo que busca experiencias culturales han sido puestos de manifiesto por Jordi Tresserras (2004), donde define el perfil del turista cultural con las siguientes características

- Apuesta por un producto de calidad.
- Exige alto nivel de infraestructuras y servicios.
- Busca oferta personalizada.
- No está sujeto a la estacionalidad.
- Tiene interés por contacto con los residentes y sus tradiciones.
- El gasto es mayor que el turista tradicional.
- Tendencia a no usar resorts turísticos especializados.
- Mayor tiempo de estancia.
- Nivel cultural medio-alto.
- Más educado con el medio y la cultura local.

Esta práctica del consumo cultural del hombre contemporáneo generalizada dentro de sus hábitos de ocio y tiempo libre, buscando por medio de esta práctica no solo encontrar explicación a los fenómenos en sí mismos, sino que pretende encontrarse a sí mismo, definirse como persona inquiriendo referentes culturales propios o a través del contacto con otras realidades. Es por ello que la práctica del turismo cultural tendrá un componente heterogéneo que conjuga aspectos tan diversos como el ocio, la diversión, la formación, entre otros, e incluso otros que tienen que ver con el posicionamiento social y la moda (Rodríguez 2001: 3).

El auge experimentado en los últimos tiempos por ese tipo de turismo tiene mucho que ver con la toma de conciencia respecto a la necesidad de conservar el patrimonio cultural. A su vez las diferentes Administraciones Públicas han apostado también por poner en valor unos recursos cuya conservación, “per. se” resultaba muy onerosa para el erario público. La recuperación de este patrimonio en, muchos casos se ha convertido en un factor imprescindible a la hora de dinamizar las economías locales (Orduna 2000).

Pero lo más interesante de todo esto es que, esta toma de conciencia no se ha quedado circunscrita sólo a las grandes ciudades monumentales que ya son vinculadas tradicionalmente con el turismo, sino que por el contrario, se ha extendido a muchas otras en las que son especialmente importantes los valores no cuantificables del que se ha hablado.

Ahora bien, si esta conciencia ha permitido que en muchas ciudades de interior se realicen esfuerzos para fomentar el turismo cultural, también es cierto que en algunos de los casos, hay una gran falta de planificación previa, que se traduce en fenómenos como la inexistencia de gestión adecuada de los recursos, la estandarización que surge de intentar copiar formulas exitosas de otros lugares, o la inadecuación de los servicios a las necesidades y gustos del turista de hoy (Rodríguez M. 2001: 2).

Ciertamente el Patrimonio Cultural ha tomado un papel importante dentro de la industria turística, pasando a ser un recurso casi esencial que provoca aspectos positivos en la economía y la sociedad, pero hay que tener en cuenta siempre su preservación y mantenimiento, así como asegurar el disfrute a la población local. Para ello, Treserras (1990) propone “...desarrollar una planificación del desarrollo turístico que contemple estrategias a corto, medio y largo plazo, promueva la colaboración local y regional que abarque aspectos como la promoción conjunta y/o la comercialización” (Treserras 1990 en Méndez 2009: 39).

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Otra elemento fundamental lo expone Ascanio (2003) a modo de resumen diciendo que:

“hoy en día el turismo ha comenzado a darle mayor valor a la relación entre la comunidad receptora y la comunidad de visitantes; una relación que va más allá de la simple presencia, pues produce una sinergia que se ha transformado en el verdadero valor agregado del turismo” Ascanio (2003: 35).

Además, propone una serie de puntos a investigar antes del desarrollo de políticas sobre el turismo cultural:

- Actitudes y percepciones de la comunidad local respecto a los turistas que los visitan.
- Deseos, motivaciones y comportamientos de los turistas y su efecto en la población local.
- La aculturación causada por el turismo.
- Evaluación del impacto medioambiental.
- Participación de las comunidades en el desarrollo turístico y sus decisiones.
- Disputas entre los sectores públicos y privados en relación al turismo cultural.

En relación a todo lo antes expuesto, para el desarrollo de la presente investigación, el turismo cultural se entiende como el desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales y que se producen por el intercambio cultural entre el turista y la comunidad receptora y transmisoras de su herencia cultural.

El turismo ha pasado a ser más dinámico, con una demanda exigente, segmentada y mejor informada, un aumento en el uso de nuevas tecnologías para la realización de viajes, una oferta más especializada y competitiva, en definitiva un turismo más específico que masivo, los destinos comienzan a utilizar la cultura como un elemento esencial, por lo que el turismo cultural es cada vez más un elemento fundamental para el desarrollo de los destinos, apareciendo así muchos tipos de turismo basados en actividades segmentadas, como: “el turismo artístico - monumental, e histórico, el folclórico, el de eventos culturales (festivales de música, cine, entre otros), gastronómico”, religioso entre otros (Esteve 2006: 172).

Por tanto, el turismo cultural puede manifestarse a través de diversas formas o diversos recursos y eventos que dan forma a esta expresión cultural de turismo

específicos. Una clasificación de forma aproximada podría ser la propuesta por Pulido y Sáez (2011: 118):

- *Patrimonio artístico y antropológico* (Turismo artístico e histórico) Son aquellos elementos artísticos materiales o inmateriales, como puede ser visitar un edificio singular o disfrutar una velada artística, que posibilita la llegada de turistas a un destino por su peculiar patrimonio artístico. Se incluyen en esta categoría aquellos museos o exposiciones que muestran los modelos de vida y costumbres populares de un destino.
- *Patrimonio gastronómico* (Turismo gastronómico). Muchos destinos turísticos comienzan a ofrecer un producto basado en el disfrute de la gastronomía, bien mediante la creación de centros específicos para el turista (como son las bodegas-museos), o bien mediante el consumo en centros compartidos con la población local como los restaurantes. Indudablemente, al realizar un viaje uno de los factores que más se recordará será la buena o mala comida; aun cuando se haya apreciado impresionantes monumentos, el lugar será recordado por lo que se comió, incluyendo la higiene, el servicio y el ambiente.
- *Eventos culturales* (Turismo de eventos culturales). Cada vez son más las ciudades que comienzan a desarrollar eventos culturales (música, cine, teatro, entre otros), cuyo fin reside en el hecho de atraer un turista muy concreto que empieza a demandar estos productos turísticos.
- *Patrimonio religioso* (Turismo religioso). En torno a los lugares considerados como religiosos se ha creado una rentable industria turística, integrada por museos, actividades y espectáculos, que persigue el objetivo de satisfacer una motivación muy concreta del turista. En opinión de Esteve (2006), el origen del turismo religioso se encuentra íntimamente relacionado a las peregrinaciones que hacia los agricultores a lugares sagrados donde se rendía culto a la gran diosa madre a impetrar por la bondad de las cosechas, estos lugares se fueron transformando en santuarios atendidos por iniciados en el culto, quienes junto a los demás servidores sirvieron de apoyo a los crecientes peregrinos.

El término peregrino significa estancia fuera del país, una andadura, un viaje, una visita a los países extranjeros, “un viaje que se emprende para llegar a un lugar considerado sagrado por la acción de Dios en el” (Romero 2007: 79).

Nace por motivos religiosos para realizar actos de penitencia o devoción. Anualmente millones de peregrinos realizan estos tipos de viaje a diversos y muy variados santuarios los motivos puede estar entre ofrendar algo, pedir un favor o por cumplir con una tradición.

Cada año son miles de peregrinos que se trasladan a diferentes sitios que simbolizan un credo, un personaje religioso, un templo de gran importancia, o un lugar donde se haya realizado un importante acontecimiento religioso o producido un milagro. Es el caso de las miles de visitas al Vaticano, la asistencia a Belén, a Santuarios como: Loreto (Italia), Lourdes en (Francia), Santiago de Compostela en (España), Fátima (Portugal), Czestochowa (Polonia). En Venezuela existen muchas oportunidades para el turismo religioso, siendo un gran número los que visitan el Santuario de la “Virgen de Coromoto” en Guanare Estado Portuguesa, Santuario de la “Virgen del Valle” en la isla de Margarita, “la Divina Pastora” en Barquisimeto, la Basílica de “La Chinita” en Maracaibo. Y en una escala menor potencialmente la Iglesia de Los Puertos de Altagracia con la “Virgen de Altagracia”, cuya parroquia celebra en 2014 trescientos (300) años de fundada, siendo la más antigua del Estado Zulia y que anualmente es visitada por muchos peregrinos.

Entre las modalidades que suele asumir el turismo religioso Roble (2004) y Esteve (2006) mencionan las siguientes:

- Recorridos a los Santuarios.
- Recorridos por el Templo con Valor Histórico.
- Recorridos por Fiestas Populares.
- Recorridos por grandes eventos religiosos y Peregrinaciones.

El turismo religioso, puede representar una oportunidad considerable para el desarrollo de actividades turísticas, ya que a diferencia del turismo tradicional, este es recurrente al sitio en un período de tiempo menor y por lo tanto resulta ser un turismo más fiel al sitio de visita (Robles 2004).

2.2.11 Casco Histórico como Patrimonio Cultural

Los centros históricos constituyen conjuntos donde se relacionan múltiples variables: arquitectónicas, urbanísticas, medioambientales, sociales, culturales, entre otros cuya imbricación les dota de un especial atractivo patrimonial del que deriva su atractivo turístico. Es la parte del entorno urbano con el mayor grado de identidad, individualidad y carácter de la ciudad. Las más importantes expresiones del

patrimonio cultural se encuentran normalmente en este espacio (Comisión Europea en Calandra, 2003: 17), y podría considerarse un monumento en sí mismo (Choay en Cortés 2001: 17)

Idea que se refuerza por el autor Manuel De la Calle Vaquero (2006), cuando expone:

“Los cascos históricos se caracterizan ante todo por la concentración espacial de patrimonio histórico, de referentes culturales soporte de la identidad y de la memoria colectiva de cada comunidad local. Constituyen las áreas donde se concentran buena parte de los hitos monumentales de la ciudad, pero también son espacios donde existe un acusado predominio de los paisajes urbanos característicos de las sociedades preindustriales, se siente con mayor intensidad la asociación con eventos o personajes históricos o seudohistóricos y se viven con una fuerza especial las grandes fiestas religiosas o paganas” (Calle Vaquero 2006: 270).

Esquí (1997: 145) señala que la tarjeta de presentación de una ciudad es su “casco histórico”. El centro de una ciudad es aquel punto de convergencia polifuncional, gubernamental, educativo, religioso y comercial, que el ciudadano identifica como tal. Generalmente es el punto de partida para el crecimiento urbano (Reyes, 2001; González 2002). El mencionado centro histórico constituye su espacio simbólico por excelencia y es, en gran medida, la memoria colectiva de la sociedad que lo habita, siendo un auténtico libro donde los vestigios del pasado, presentes en el paisaje actual, nos revelan la historia de la ciudad y sus habitantes (Levy en Cortés 2001; Calandra, 2003). Son una realidad cultural, reflejo espacial de diversas formaciones sociales, que contribuye a contemplar como excepción un paisaje y a que la ciudad tenga sus propias señas de identidad (Troitiño en Cortés 2001). Siendo la herencia patrimonial lo que contribuye a mantener viva la memoria de un pueblo y le otorga un valor para el turista y que merece ser conservado.

Este valor e interés cultural y turístico se centra no solo en el patrimonio cultural denominado como inmuebles y conformado específicamente por las edificaciones de valor histórico, monumentos y los espacios públicos, entre otros, también se componen de las:

“tradiciones, las formas de vida, los ritmos, la gastronomía, las fiestas..., que asimismo dotan de identidad colectiva a estos lugares, frente a una creciente globalización y uniformidad de los espacios. Y es esta singularidad la que convierte a la urbe en un recurso turístico y al patrimonio en un factor de desarrollo” (Troitiño en Monteserín 2007: 202).

De la Calle Vaquero y García Hernández (1998), complementan esta idea cuando exponen que el patrimonio histórico urbano del casco histórico, presenta

dimensiones tangibles e intangibles. Haciendo referencia las tangibles al componente físico de la ciudad, susceptible de aproximación a tres (3) escalas: a nivel de edificio aislado, a nivel de sector urbano o área monumental y a nivel de casco antiguo. Por su parte las dimensiones intangibles corresponden a toda una serie de referentes y significantes asociados a la materialidad de la ciudad histórica, como son el idioma y las ya mencionadas tradiciones religiosas, artesanías y gastronomía.

Es fundamental considerar los centros históricos, como un proceso de cambio, como realidades urbanas vivas y partes fundamentales de nuestras ciudades (Torres B. 2008), percibidas como escenarios globales y no como una mera yuxtaposición de partes o un simple producto turístico.

“Son una realidad urbana donde a lo largo del tiempo se han producido equilibrios y desajustes entre las estructuras morfológicas, las sociales y las funcionales. La recuperación funcional de los centros históricos, vinculada con el turismo o con la cultura, debería situarse en la búsqueda de nuevos equilibrios que, siendo respetuosos con los valores urbanísticos, culturales, sociales y funcionales de la ciudad del pasado, den respuesta a los problemas y necesidades de nuestro tiempo” (Trioitiño 2002: 16).

Parte de esta situación se produce según González Maryoris (2010:78) cuando en la mayoría de los Centros Históricos en sus principios, tuvieron un gobierno único y autónomo, que conformaban toda la ciudad, que a lo largo del tiempo pasaron de centro histórico a centro urbano, debido al crecimiento o proliferación de urbanizaciones más modernas que rodeaban este centro, perdiendo especificidad y produciéndose a nivel de los Centros Históricos una compleja realidad funcional y social, otorgándoles un enriquecimiento de la vida urbana y un espacio con elementos de singularidad.

Uno de los problemas más delicados en relación con los centros históricos, es conservar el pasado sin impedir su desarrollo en el presente. No se trata de inmovilizar en una época su historia, ni convertirla en una ciudad museo modificada (Díaz 1999). Lo que se plantea según González (2002: 70), es buscar:

“Un enlace natural y continuo entre el pasado, el presente y la necesidad de respetar y conservar la homogeneidad en la agrupación de la construcciones del centro histórico así como la conservación del tejido urbano, la escala de los edificios y los volúmenes originales”.

La conservación del Patrimonio va más allá de lo que se pueda considerar la pura conservación de los monumentos históricos y de lo que comúnmente llamamos su entorno, a lo cual se refiere (Rúa 2001: 4) cuando expone:

“Las ciudades son entes complejos, poblaciones que se han superpuesto a lo largo del tiempo para configurar un rostro marcado por el devenir de las historias que le han tocado vivir. Al igual que sus pobladores, tienen miles de caras, caras que normalmente están ocultas entre sus calles y plazas, entre sus casas e inquilinos. Calles que andamos día a día con la evidencia sólo de nuestros pasos. Así son vistas tantas y tantas ciudades”.

Para ello es importante mantener el entorno habitable, conservar lo que podríamos denominar de muchas formas “el ambiente”, “el encanto de sus calles”, “el aspecto pueblerino de una plaza”; y esto pasa por mantener una población y un comercio vivos activo. La carta Internacional para la conservación de poblaciones y áreas urbanas históricas (Rúa 2001: 4) nos recuerda cuáles son sus principios y objetivos:

1. La forma urbana, definida por la trama y el parcelario.
2. La relación entre los diversos espacios urbanos, edificios, espacios verdes.
3. La forma y el aspecto de los edificios (interior y exterior), definidos a través de su estructura, volumen, estilo, escala, materiales, color y decoración.
4. Las relaciones entre población o área urbana y su entorno, bien sea natural o creado por el hombre.
5. Las distintas funciones adquiridas por la población o el área urbana en el curso de la historia.

Los valores a conservar son el carácter histórico de la población o del área urbana, y todos aquellos elementos materiales y espirituales que determinan su imagen.

Para mantener “vivo” el casco histórico de una población o el entorno urbano de un monumento o grupo de ellos es necesario contar con sus habitantes, analizando su entorno y forma de vida.

Las características normales, en el entorno urbano, de una zona de interés histórico en el que se pretende realizar una actuación de conservación suelen ser según Rúa (2001: 5) las siguientes:

1. Viviendas antiguas y en su mayoría con deficientes condiciones de habitabilidad.
2. Población con edad media alta.
3. Población con bajo poder adquisitivo.
4. Viviendas en régimen de alquiler y de baja renta.
5. Locales comerciales de explotación familiar.
6. Infraestructuras de la zona deficientes.

De poco sirve unas acciones puntuales sobre monumentos en una zona urbana, si simultáneamente no cuidamos el entorno. Uno de los problemas habituales es el deterioro continuado de las edificaciones del entorno produciendo un deterioro progresivo de la zona. El deterioro se produce principalmente por problemas económicos entre los que podemos destacar:

- La población no tiene el poder adquisitivo suficiente para poder restaurar y/o acondicionar las viviendas que ocupa.
- La población que aumenta su poder adquisitivo, generalmente jóvenes, abandona la zona con el consiguiente aumento de la edad media.
- Muchas veces, las trabas administrativas para poder realizar mejoras en las viviendas hacen inviables éstas.

Esta problemática planteada de los centros históricos está complementada por la formulación que expresa Montserín Obdulia (2007: 204), manifestando su complejidad y diversidad; sin embargo, existen una serie de problemas comunes entre los cuales se resumen como:

- Deterioro físico,
- Pérdida de vitalidad funcional,
- Crisis del comercio tradicional,
- Degradación social,
- Envejecimiento,
- Precario nivel de dotaciones y servicios para los residentes,
- Precarias condiciones de vialidad,
- Infrautilización del espacio residencial,
- Problemas de accesibilidad y movilidad, entre otros.

Si bien el futuro de nuestros centros históricos se encuentra estrechamente relacionado al turismo y a la cultura, lo cual puede ser un impulso a la puesta en valor y recuperación del patrimonio arquitectónico urbano, basándose su desenvolvimiento en el marco de los principios de la sostenibilidad. La reutilización turística patrimonial se está “convirtiendo en un protagonista fundamental de la vida y también de la recuperación urbanística y arquitectónica de importantes centros históricos, al introducir importantes procesos de rehabilitación y reutilización de edificios monumentales” (Triotiño 2000: 37); sin embargo, su adaptación al turismo presenta una serie de dificultades. Por un lado el ya citado en párrafos anteriores como es generar conflictividad dada la sobrecarga de visitantes en determinados espacios urbanos, monumentos, museos o hitos culturales, ya que los recursos del

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

patrimonio cultural son muy frágiles y no renovables, y por otro lado se infrutilizan las potencialidades de estos centros y ciudades.

Como soluciones a esta problemática la autora Monteserín (2007:204), propone un planteamiento global de una oferta cultural urbana, que integre la “readecuación de los conjuntos monumentales, la creación de rutas temáticas o históricas”, entre otras sin dejar a un lado los diferentes controles de las administraciones públicas y agentes sociales de la ciudad, y el deber de asumir un papel protagónico al comprometerse en la formulación y sobre todo en la gestión de estrategias sostenibles.

Para poder planificar una actuación coordinada en un área urbana histórica se deben de tener en cuenta: Las actuaciones sobre las edificaciones y la infraestructura apuntando ambas hacia la mejora de la habitabilidad de una zona sin variar de forma sustancial su apariencia.

Esta gestión pasa según Ballart J. y Tresserra J. (2005), a través de un conjunto de actuaciones programadas con el objetivo de conseguir una óptima conservación de los bienes patrimoniales y, un uso de estos bienes adecuados a las exigencias sociales contemporáneas. Requiriendo un conjunto de leyes, normas y principio que sirvan para cumplir el objetivo de la gestión patrimonial, traducándose en políticas públicas coherentes, en programas de actuación detallados y adecuados para generar recursos humanos y económicos (Ballart y Tresserra 2005).

Por tanto, hay que entender al centro histórico como una relación social compleja y particular, donde intervienen actores y gestores responsables de los bienes y sujetos patrimoniales, que definen, tanto el ámbito específico de la conflictividad o la heredad, como el mecanismo de transferencia generacional y sustentabilidad. Ello induce a pensar en la existencia de un traspaso social del testimonio patrimonio, de lo contrario este patrimonio se congela, se estanca, muere o se destruye (Carrión en González, 2010).

En fin tanto el turismo como la conservación de su casco histórico contenedor del patrimonio legado por sus predecesores tendrán razón de ser cuando contribuyan de manera directa al desarrollo sostenible de las comunidades, en todos los aspectos del desarrollo y promoción del producto turístico.

2.2.12 Frente de Agua

La mayoría de las ciudades importantes del mundo tiene su área fundacional o casco histórico muy ligada a algún frente de agua navegable. Como ríos, lagos o

mares. El agua, como recurso humano primario, fue muchas veces la principal razón para que la ciudad se estableciera ahí y utilizara el mar o algún curso fluvial para transporte, defensa o recreación (Talesnik 2002). Esa interfaz que, históricamente ha existido con una relación muy directa entre el agua, elemento natural básico para la vida y, el artefacto más complejo creado por el ser humano: la ciudad. Dicho de otro modo “donde el agua se convierte en cultura” (Pellicer 2004: 4) y por ende de su identidad.

Es de entender que ciertamente la relación entre el agua y la ciudad genera numerosos conflictos y oportunidades, pero que es precisamente esta tensión una “profunda fuente de creatividad con la que las diversas civilizaciones han construido espacios para vivir y un rico patrimonio cultural” (Pellicer 2004: 4), los cuales puede ser aspectos tangibles como los relacionados con la gestión territorial, la necesaria confluencia de aspectos económicos, ecológicos, sociales entre otros, así como los aspectos de los corredores y frentes de agua que está también muy vinculaos con elementos mucho más sensibles como los temas estéticos, sistemas de valores ético y simbólicos, factores que no por ser intangibles y difíciles de codificar, dejan de ser significativos en el planeamiento urbano y en la definición de los espacio vivos.

Estos espacios que generan límites y enmarcan los bordes de las ciudades con su frente de agua, demandan lógicamente la conservación del hecho patrimonial natural y cultural ya que son consecuencia de la necesidad de reforzar la identidad de la población, por ser exponente de la cultura del lugar y, de calidad de vida, además de generar una importante articulación entre residentes y visitantes, por ser un testimonio fundamental de la historia de la ciudad, la cual permiten potenciar y, dinamizar la actividad tanto turística como comercial del área y atraer inversiones, que tendrá un impacto en la reactivación y generación de empleo local (Ferrer y Quintero 2002),

Sin embargo, diversas ciudades han transformado sus antiguas zonas portuarias convirtiéndolas en renovados frentes de agua. Para las ciudades que cuentan con mar, lagos o ríos navegables, los terrenos que se enfrentan al agua, y en particular Los Puertos, han sido desde hace cientos de años lugares estratégicos. En el pasado, además del intercambio de mercancías, por lo general se trataba de espacios donde se producía un intenso vínculo entre culturas y personas (Martner en Talesnik 2002).

Ante la posibilidad de su renovación, cabe precisar que las razones para transformar un frente de agua necesariamente involucran un conjunto de factores.

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Inicialmente es posible identificar argumentos económicos, sociales, medioambientales y de preservación (Shaw en Talesnik 2002). Para Pellicer (2004: 8) estas transformaciones del frente de agua son definidas como: el frente de agua comercial, el frente de agua cultural, educacional y ambiental, el frente de agua histórico, el frente de agua recreo, el frente de agua residencial, el frente de agua de la actividad portuaria y de transporte.

La oferta cultural "global" demanda cambios que busca promover más espacios abiertos con fines recreativos y para el desarrollo de actividades deportivas. La masificación del tiempo libre, del turismo y de la movilidad en el mundo ha permitido el surgimiento de conceptos más específicos, tales como rutas culturales o ciudades turísticas que se han especializado en acoger eventos o congresos para la promoción y desarrollo de actividades que generen valor agregado a los espacios enfrentados al agua.

Esto permite crear una demanda que se ve cubierta a lo largo del frente de agua con instalaciones específicas y sofisticadas, que combinan áreas al aire libre con malecones, en algunos casos parque tiendas y muchas veces mal, así como cafés, restaurantes de comida rápida y exclusivos también. Muchas veces se emplazan construcciones recreativas como acuarios, parques de diversión y marinas de yates. A las deportivas se agregan también edificaciones para fines culturales como teatros, salas de conciertos y cines. Estos establecimientos de frente de agua no sólo apuntan a los residentes locales y a los turistas tradicionales, sino que también a los habitantes de las ciudades de los alrededores y a turistas regionales (Talesnik 2002).

En resumen las ciudades históricas con frente de agua relacionan desde su premisa histórica, comercial, económica, ambiental, social y cultural de lo que representa para sus habitantes, el hecho urbano con lo natural y ecológico, unen la cultura y sus manifestaciones concretas, la cotidianidad de la vida, el ocio dando carácter a la identidad e imagen de la ciudad puerto (Luzardo 2004).

Por otro lado, el diseño e imagen de la ciudad y la potenciación de los procesos de identidad urbana, son nuevos recursos para la gestión del desarrollo urbano, no solo con el objetivo de atraer nuevas inversiones sino al momento de plantear políticas de atracción de residentes o como una estrategia de posicionamiento de nuevas ofertas orientadas al turismo urbano o el fomento de las ventas externas (Fernández 2005), así lo resumen (Friedman en Fernández 2005: 5):

“La construcción de imagen de ciudad es un trabajo sobre la historia y la cultura específica de cada ciudad. Lo que la hace única e irrepetible y desde la perspectiva que pretende asumir el presente trabajo, una auténtica construcción de imagen de ciudad, que contemple la multiplicidad del entramado de sus relaciones constitutivas, es posible desde un enfoque que establezca como punto de partida la complejidad del fenómeno urbano”.

Estas imágenes resultan de acciones voluntarias y de la historia de la colectividad, pero también del lugar que ocupa el observador, el que percibe tal o cual imagen. “Este fenómeno implica la necesidad para una colectividad local de aprehender sus imágenes comprender como es percibida, para poder difundir la imagen que desea y crear a su alrededor un sentimiento de pertenencia” (Fernández y Paz 2005: 6).

Concretar esta representación de la identidad colectiva con la finalidad última, generar un Marketing de ciudad o urbano, el cual propone el desarrollo de una imagen pública de aceptación en referencia a la ciudad y los atractivos que contenga. El marketing de ciudad modela un insumo intangible: la imagen, la cual, según el Diccionario de la Real Academia Española de Letras es “la representación viva y eficaz de una cosa por medio del lenguaje” (Fernández y Paz 2005: 5).

Asimismo, la marca de ciudad es una herramienta para potenciar el patrimonio cultural y natural, la identidad, el patriotismo cívico de los actuales ciudadanos y difundir las bondades de una ciudad entre potenciales residentes, sobre todo si nos referimos a una ciudad que dentro de su centro fundacional presenta un frente de agua. Desde esta perspectiva se considera a las marcas de ciudades como:

- Una combinación de recursos tangibles e intangibles destinados a mejorar la imagen de la ciudad;
- Un recurso de competitividad para la ciudad;
- Un diseño a partir de los valores, creencias y cultura que transmite a los destinatarios un factor no reproducible en otras ciudades;
- Una herramienta de construcción de una cultura ciudadana participativa.

En síntesis el término de frente de agua en esta investigación está referido al área territorial o superficie lineal que como parte del borde continuo de la trama urbana del centro histórico, demarcan un límite espacial y funcional hacia la línea de costa; específicamente el espacio generado por el frente o borde continuo de las edificaciones del casco histórico de Los Puertos de Altagracia que se enfrentan a las riveras del Lago de Maracaibo que merecen ser conservados como parte de la imagen de la ciudad históricamente ciudad puerto.

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

CAPÍTULO 3

ESTRATEGIA METODOLÓGICA PARA LA APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS

Población, Muestra, Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Variables y Características del Método Delphi

En el presente capítulo se presenta los aspectos metodológicos relacionados en el desarrollo de la presente tesis doctoral, precisando las unidades de análisis o poblaciones involucrados, los cuales van desde las instituciones involucradas con el turismo a nivel estatal y municipal, así como a la población local y a los turistas, se especificó el tipo de instrumento aplicar y el tamaño de la muestra para cada una de las poblaciones. Se concretó el manejo de las variables con sus respectivos ítems de medición, así como la caracterización del Método Delphi y su aplicación metodológica, se describió la validez y confiabilidad de los instrumentos.

3.1 Población de Estudio

Para, Trujillo (1990) se conoce por población a las unidades de investigación que integran la totalidad del fenómeno investigado y sobre la cual se quiere generalizar los resultados obtenidos. Según Hernández et al. (2010) la población está determinada por sus características definitorias, constituyendo un conjunto de elementos comunes los cuales establecen un universo de estudio.

En este orden de ideas, Hurtado (2008) señala que la población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las unidades de población poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación. Este autor destaca entre dos (2) tipos de población, la finita; constituida por un determinado número de elementos, e infinita cuando esta es muy grande y se desconocen sus límites precisos.

Por su parte, Chávez (2007) establece que la población finita se encuentra constituida por menos de cien mil (100.000) unidades que conforman el universo de la población. A su vez, es accesible cuando se tiene acceso a la misma

Según las ideas expuestas, la población de esta investigación estuvo constituida por las siguientes unidades de análisis:

- A) La primera unidad de análisis, corresponde al estudio de los elementos de la oferta, concretados en el análisis de los subsistemas turísticos (recursos naturales, culturales, facilidades turísticas, y accesibilidad y transporte) dentro de la poligonal del Casco Histórico declarado como

sitio de valor histórico y frente de agua y establecida para el desarrollo de la investigación.

- B) La segunda unidad de análisis lo conforman los habitantes del casco histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia y áreas perimetrales.
- C) La tercera unidad de análisis la constituyen los turistas o excursionistas que ingresan al Municipio Miranda.
- D) Y la cuarta unidad de análisis o población de estudio corresponde a los diferentes expertos en turismo o relacionados con el área de estudio vinculados al sector académico, patrimonio cultural o actividades supeditadas al sector comercial y turístico, para lo cual se implementó/ utilizó el Método Delphi.

En relación a la primera unidad de análisis (A) hay que acotar que, gran parte de la información de esta población relacionada con los recursos culturales o patrimonio cultural de Los Puertos de Altagracia, Municipio Miranda, está referida al inventario realizado por el Instituto de Patrimoniales Cultural a través del Primer Censo del Patrimonio Cultural Venezolano, publicado en el catálogo de Patrimonio Cultural Venezolano (ZU14, 2004-2006), que en concordancia con la Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural, le otorga protección para preservar el carácter/valor patrimonial. Este inventario identifica doscientos seis (206) recursos culturales (patrimonio tangible e intangible) que están localizados en el ámbito del contexto del Municipio Miranda.

Existe así mismo el diagnóstico realizado por el Instituto de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad del Zulia (IFAD-LUZ 1996) y el Instituto de Patrimonio Cultural, para la realización del pre-inventario del área del casco central de Los Puertos de Altagracia, que según la valoración asumida para esa fecha determinó que existían ciento treinta y seis (136) inmuebles con valor patrimonial, de los cuales cinco (5) son espacios públicos; y el resto, está conformados por viviendas tradicionales zulianas, que ascienden a ciento veintiséis (126) inmuebles.

En cuanto a la población o unidad de análisis (B), correspondiente a la Parroquia Altagracia los habitantes de Los Puertos de Altagracia capital del Municipio Miranda, es de treinta y nueve mil ciento cincuenta y ocho habitantes (39.158 hab), según el último censo poblacional del Instituto Nacional de Estadística

(INE), para el año 2011, es el marco poblacional de referencia, para el cálculo de la muestra.

La población correspondiente a la capital del municipio Miranda, si bien es inferior (en toda la parroquia) a 100.000 habitantes puede ser catalogada como población no accesible, siendo necesario el cálculo de una muestra. Expone Sierra Bravo (1999) al respecto, que en situaciones en las cuales la población no es accesible, se imponen factores como el tiempo, los costos y la complejidad de las operaciones de recogida, clasificación y análisis de datos, que descartan la posibilidad en la práctica de que el estudio abarque individualmente a todas las unidades que comprenden la población.

Igualmente en relación a la unidad de análisis (C), se estableció el cálculo de una muestra para determinar el número de instrumentos que se aplicarían a los turistas o excursionistas que se encontraron tanto en la parroquia Altagracia como en los sitios turísticos del municipio Miranda.

3.1.1 Muestra

Una vez delimitadas las unidades de análisis o población, el siguiente paso fue calcular la muestra, según Lourdes (2011: 67) “una buena muestra debe ser representativa y adecuada al universo del que procede. Solo así se asegura la validez y la confiabilidad de las generalizaciones”. Por lo consiguiente, de la identificación y análisis de los datos recabados en la muestra, se emiten las afirmaciones concernientes a la población, en cuanto a que presentan igual o similar comportamiento.

El cálculo de la muestra determinó la cantidad de sujetos que representa a la población, ya que poseen las mismas características, y será estadísticamente proporcional a la magnitud de la población.

Hurtado (2008) afirma que, se recomienda realizar un muestreo, para ello se dispone de dos (2) alternativas, el probabilístico, el cual consiste en tomar un conjunto de elementos a través de técnicas en las cuales predomina el azar y el no probabilístico, el cual consiste en seleccionar los elementos muestrales a través de criterios particulares a cada situación.

En cuanto a la unidad de análisis (A), correspondiente a los recursos naturales y culturales (algunos declarados patrimonio cultural), se seleccionó una muestra no probabilística conformada por espacios naturales así como, las edificaciones más representativas del casco histórico y frente de agua y las manifestaciones culturales

catalogadas como patrimonio cultural. Para actualizar la información existente y determinar su potencial como atractivo turístico cultural mediante la consulta a expertos se aplicó el Método Delphi (Tabla 10).

Tabla 10. Recursos naturales y culturales de Los Puertos de Altagracia

Categoría	Recursos	Cantidad
Recursos naturales	Lago de Maracaibo	1
	Clima	1
	Área de Manglares (Buque)	1
	Ciénaga Los Olivitos	1
	Playas de Quisiro	1
	Playa Punta Vigía	1
Recursos culturales tangibles	Iglesia “Nuestra Señora de Altagracia”	1
	Plaza Bolívar	1
	Plaza Miranda	1
	Plaza Ana María Campos	1
	Museo Centro Histórico de Altagracia	1
	Museo del Hombre	1
	Casa Museo Gabriel Bracho	1
	Casa la Mansión de los Lobos”	1
	Bulevar costanero Padilla	1
	Sector urbano Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia	1
Manifestaciones populares y religiosas	Devoción a la Virgen de Altagracia	1
	Fiestas en honor a San Benito	1
	Paseo de la Virgen de Altagracia por el lago	1
	La Vuelta al Terruño y Feria popular	1
	Celebración de la Semana Santa	1
	Vía Crucis viviente	1
	Gastronomía tradicional a base de pescado, comida en coco. Variedad de dulces postres	1
	Juegos jocosos sector El Calvario	1
	Trato y hospitalidad de la gente	1
	Modo de hablar del lugareño	1
	Encuentro tradicional de decimistas	1
	Encuentro regional de Chimbangles	1
	Peleas de gallo	1
TOTAL:	29	

Fuente: Elaboración Propia 2013

Para determinar la muestra que representa la población o unidad de análisis (B), correspondiente a los habitantes del casco central de Los Puertos de Altagracia del Municipio Miranda, se tomó el tamaño de la misma atendiendo a los criterios expuestos por Chávez (2007:166) y aplicando la siguiente fórmula para universo finito, como es el caso de esta unidad de análisis.

$$n = \frac{4 \times N \times p \times q}{e^2 (N-1) + 4 \times p \times q}$$

Dónde:

N = Población

4 = Constante (representa 95, 5% de confianza)

n = Muestra

p y q = Varianza (donde p = 50% y q = 50 %)

e² = Error al Cuadrado (representa el 5 %)

Aplicando la fórmula, se obtuvo el siguiente resultado:

$$n = \frac{4 \times 53.980 \times 50 \times 50}{5^2 (53.980-1) + 4 \times 50 \times 50}$$

$$n = \frac{539.800.000}{25 \times (53.980) + 10.000} = \frac{539.800.000}{988.925} = 397.1$$

n = 397 habitantes para ser consultados

De esta manera, la muestra correspondiente quedó constituida por trescientos noventa y siete (397) habitantes de la parroquia Altagracia, ubicado básicamente en las viviendas ubicadas en el casco central y frente de agua de Los Puertos de Altagracia.

La selección no fue aleatoria, se aplicaron en aquellas casas de familia que quisieron atender al investigador, entrevistando a un representante de cada unidad de datos o vivienda abordada. El muestreo se realizó entre el mes de septiembre y octubre de 2012.

En relación a la población (C) correspondiente a los visitantes estuvo conformada por los turistas y excursionistas presentes en la ciudad de Los Puertos de Altagracia y su entorno ubicado en el Municipio Miranda, aplicándose durante dos (2) períodos: el primero se aplicó en el año 2012, correspondiente con las fiestas de carnaval (del 18 al 21/02/2012) y Semana Santa (del 05 al 08/04/2012) y el segundo período para el año 2013, correspondiente con la fecha de carnavales (del 09 al 12/02/2013) y Semana Santa (del 21 al 24/03/2013) Contando con el apoyo de los jóvenes del Camino Neo-catecumenal de la parroquia Altagracia, y estudiantes de las Misiones en Turismo. Estas fueron levantadas en:

- Terminal Terrestre de Pasajeros de Los Puertos,
- Terminal Lacustre de Los Puertos de Altagracia,
- Restaurantes de la Parroquia Altagracia (“Taberna de María”, “Chuita”, “La Nueva Posada”, “El Rincón del Pescado”, “La Cueva del Búfalo”, entre otros),
- Casco Histórico Museo de Altagracia (Museos, Iglesia “Nuestra Señora de Altagracia”),
- Boulevard costanero,
- Plazas Miranda y Bolívar,
- Playas: “Aventura”, “Haticos del Sur”, “Quisiro”, “Guacoa”, “La Golondrina”, “La Vigía”,

- Hoteles del área (Hoteles: “Hola Beach”, “Los Chaguaramos”; Posadas “Blanca E”, “Paradise”, “Colina” y Residencias “Incas”, entre otros).

La selección de la muestra se realizó a través de un muestreo no probabilística intencional, ya que se requiere la participación voluntaria del entrevistado para aplicar el cuestionario, dependiendo la entrevista a la voluntad del visitante y no a la selección aleatoria por parte del entrevistador.

En virtud de que se desconoce el tamaño de la población se aplicó la siguiente fórmula para poblaciones desconocidas propuesta por Morales (2012).

$$n = \frac{Z \times p \times q}{e^2}$$

Donde:

n = es el valor a obtener y representa el tamaño de la muestra.

p y q = se refiere al comportamiento de que ocurra o no el evento (donde p y q = 50%), lo que se traduce en que p y q = 0, 25

Z = Valor correspondiente al nivel de confianza (95%), corresponde Z= 1, 96

e² = error de estimación o muestreo. Tomándose como valor aceptable del 5%.

$$n = \frac{(1.96) \times (.25)}{0.05} = 384$$

Por tanto: n = 384

Sin embargo, los autores Arkin y Colton (en Chávez 2007:165) sugieren en su tabla denominada “Determinación del Tamaño de la Muestra”, para una población infinita o desconocida con un 5% de márgenes de error la cantidad de cuatrocientos (400) sujetos; por tanto, ajustando el resultado la muestra queda conformada por cuatrocientos (400) sujetos que visitan Los Puertos de Altagracia / Municipio Miranda.

Para la aplicación de la misma se dividió por conglomerados o grupos de aplicación. El muestreo utilizado en este estudio es aleatorio, para aplicar este tipo de muestreo, según Méndez (2009: 186), “la población es dividida en grupos o conglomerados, determinando una muestra aleatoria de cada conglomerado. Cada uno de los conglomerados es internamente heterogéneo: por tanto, los elementos son variables en sus características”, logrando con este muestreo probabilístico una muestra representativa de la población en estudio.

Los conglomerados establecidos para el muestreo se seleccionaron según las distintas actividades o funciones que realizan, así como por la ubicación de los mismos, o ser lugares potenciales para la presencia de turistas o excursionistas,

conformadas estos por los distintos puntos de interés donde se puedan encontrar los visitantes del Municipio entre las cuales se seleccionaron (Tabla 11).

Tabla 11. Grupos de Muestreo

Lugares de Aplicación	Tamaño de la Muestra	Encuestas aplicadas	
		2012	2013
Terminal Terrestre de Pasajeros de Los Puertos	67	64	65
Terminal Lacustre de Los Puertos de Altagracia	67	63	67
Restaurantes de la Parroquia Altagracia	67	97	81
Casco Histórico de Altagracia	66	58	45
Hoteles y Cabañas del Municipio	66	24	44
Playas del municipio Miranda	67	94	98
TOTAL:	400	400	400

Fuente: Elaboración propia 2013

En el caso de la unidad de análisis (D) que corresponde con los expertos consultados no se estableció muestra ya que se utilizó la totalidad de la población consultada según criterios de selección, el cual se explica más adelante.

3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

En cuanto a la técnica de recolección de datos, esta es definida por Hernández, Fernández y Baptista (2010: 200) como aquellos recursos que registran datos observables, representan verdaderamente los conceptos o variables objeto de estudio por parte del investigador.

En función de los objetivos definidos en el presente estudio, se emplearon una serie de instrumentos y técnicas de recolección de la información, orientadas de manera esencial a alcanzar los fines propuestos, se utilizando para el proceso de recolección de datos en primer lugar la revisión documental, la técnica de observación, fichas técnicas, cuestionarios o encuestas.

La observación, es un proceso de conocimiento científico, una técnica en la recolección de datos. Se puede afirmar como expresa Méndez Carlos (2009: 154) que la “observación científica conoce la realidad y permite definir previamente los datos más importantes que deben recogerse por tener relación directa con el problema de investigación”; lo que supone un “conocimiento profundo de un marco teórico que oriente la investigación”.

“La ventaja principal de esta técnica, en el campo de las ciencias del hombre, radica que los hechos son percibidos directamente, sin ninguna clase de intermediación, colocándonos ante la situación estudiada, tal como ésta se da naturalmente” (Sabino en Méndez, 2009: 154).

En la técnica de observación directa denominada también *observación participante*, el investigador forma parte activa del grupo observado y asume sus comportamientos (Lourdes 2011).

Según lo señala Sierra Bravo (1999), la observación por encuestas, consiste en la recolección de los datos de interés en la investigación mediante la integración a los miembros del universo de estudio. Los instrumentos básicos de la observación mediante encuestas, son los cuestionarios, los cuales se subdividen en cuestionarios simples y entrevistas y no son más que un conjunto de preguntas, preparado sobre los hechos y aspectos que interesen en una investigación, para su contestación por la población o su muestra a que se extiende el estudio emprendido.

Para Sierra Bravo (1999) el cuestionario simple es aquel que los encuestados previa lectura contestan por escrito, sin intervención directa de persona alguna de las que colaboran en la investigación.

Es importante destacar que, tanto en las preguntas como en las respuestas de la entrevista resulta necesario evitar todo aquello que implique: crítica, sorpresa, aprobación, o desaprobación en las palabras del encuestado, formulando así, preguntas abiertas, las cuales permitan la libre opinión del encuestado según su experiencia.

De la Calle Vaquero (2006: 36) plantea que el examen crítico de las fuentes documentales no resulta suficiente. En general plantean problemas de validez y significación. Los instrumentos para la obtención y recogida de datos son muy importantes ya que responden de forma concreta a las necesidades de la investigación accediendo de una manera directa y específica a la obtención de información, y no por fuentes secundarias (recogidos o establecidos por otros) donde en muchos casos no resulta suficiente ni permiten un contacto directo con los hechos y fenómenos objeto de análisis. Los instrumentos de obtención y recogida de datos son básicamente cuatro: *inventarios*, *encuestas*, *conteos* y *entrevistas*. El objetivo de la investigación y la adecuación a cada una de las dimensiones del objeto de análisis determinan la elección de uno u otro sistema (Troitiño et al. 2006).

Los **inventarios** o **censos**, tienen por objeto conocer el número y las características de la totalidad de los elementos que componen el universo o población objeto de análisis. Mediante trabajo de campo se cumplimenta un cuestionario o ficha normalizada por cada uno de las unidades que forman parte de la población de referencia (personas, edificios, locales, entre otros) (Calle Vaquero 2006: 36).

Es importante señalar que, para esta investigación se actualizó el inventario aplicando un (1) cuestionario tipo ficha técnica de registro denominado: Ficha de Registro para el inventario de Recursos Turísticos Naturales, Culturales, con el fin de

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

actualizar y analizar la oferta con que cuenta el área de estudio, es decir el casco histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia, e inventariar los recursos naturales y culturales conformados por el patrimonio cultural declarado, tanto el tangible como del intangible, para lo cual se aplicaron unos cuestionario que tenían como referencia los propuesto por el equipo de investigadores de la Facultad de Arquitectura sugerido por Caldera, et al. (2000) y revisión documental como el aportado por el equipo de Troitiño; García y Calle (2006:682), CORPOZULIA (2005), Antón (2005) (Anexo II).

Para el llenado del mismo se tomó como referencia tanto el estudio de campo mencionado como las fuentes documentales que existen de los inventarios reconocidos como Patrimonio Cultural tangible e intangible de Los Puertos de Altagracia, tanto del realizado por Instituto de Patrimonio Cultural a troves del Instituto de Investigación de La Universidad del Zulia (IFAD-LUZ, 1996), como el obtenido en el 1er Censo de Patrimonio Cultural de Venezuela sección municipio Miranda publicado y catalogado como Patrimonio Cultural (ZU14, 2004-2006), en cuanto al patrimonio tangible e Intangible, indagación que permitió actualizar y tomar como parte de referencia sobre los recursos culturales con que cuenta Los Puertos de Altagracia para su puesta en valor turística.

Del mismo modo se aplicaron varios instrumentos para obtener información sobre las características del área de estudio en cuanto a las facilidades turísticas denominado (Anexo III: “Ficha de Registro para el inventario de Facilidades Turísticas Culturales”), igualmente para la accesibilidad y transporte con que cuenta el municipio Miranda a través de un (1) instrumento denominado “Inventario accesibilidad y transporte” (Anexo III). Los diferentes subsistemas se estudiaron partiendo del esquema propuesto por Caldera et al (2000) de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad del Zulia (IFAD-LUZ).

Las **encuestas**, en base a muestras, permiten conocer las características del universo de referencia a un coste mucho menor, ya que mediante la muestra se construyen modelos reducidos de la población con resultados extrapolables a la totalidad del colectivo. Aunque existen serias dificultades para determinar el universo de estudio de una manera precisa, las encuestas (entrevistas personales, cuestionario por correo, entrevistas telefónicas), son utilizadas con frecuencia en el análisis de la demanda, las características y motivaciones de los visitantes que acuden a las ciudades históricas, así como de las poblaciones específicas (Calle Vaquero 2006: 37).

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

En este estudio se aplicaron encuestas a las tres (3) poblaciones mencionadas, por una parte a los habitantes de la parroquia Altagracia, municipio Miranda, el instrumento “Encuesta dirigida a los habitantes de Los Puertos de Altagracia”, está conformado por diecinueve (18) ítems, y se divide en dos (2) partes, la primera recoge datos socio-económicos y la segunda, está referida a diferentes aspectos de la actividad turística, y es de selección múltiple (Tabla 12 y Anexo IV).

Tabla 12. Construcción de indicadores para los habitantes de Los Puertos de Altagracia.

Variable	Indicadores	Ítems
Características del habitante de Los Puertos de Altagracia. Turística	Características socio - económica	1. Sexo
		2. Edad
		3. Nacionalidad
		4. Estado civil
		5. Nivel educativo
		6. Ocupación
		7. Cuantos integran el grupo familiar
		8. Edad de las personas del grupo
		9. Ingreso mensual
	Opinión sobre la actividad turística	1. Importancia del turismo
		2. Actividad recreacional
		3. Atractivo del municipio
		4. Necesidad para desarrollo turístico
		5. Participación gubernamental
		6. Evaluación de servicios
		7. Interés turístico
		8. Beneficios del turismo
		9. Quienes se han beneficiado con el turismo

Fuente: Elaboración propia, 2012.

Se aplicaron encuestas para determinar la demanda existente en Los Puertos de Altagracia y el municipio Miranda, como elemento potencial para el desarrollo de la actividad turística y económica. Para este tipo de conglomerado se utilizó un instrumento de recolección de datos denominado: “Encuesta dirigida a los visitantes o turistas del municipio”, exploratorio para determinar el “Perfil del Visitantes de Los Puertos de Altagracia y municipio Miranda” (Anexo V), en función de los objetivos establecidos para la medición requerida, con base otros instrumentos con fines semejantes en el ámbito nacional y regional, tales como MINTUR, 2012 entre otros. Las características del instrumento del Perfil del Visitante se estructuró de acuerdo a los indicadores siguientes: datos socio-económico del visitante, aspectos relativos al viaje, opinión sobre destino, consumo, marketing. El instrumento está dividido en cuarenta y un (41) ítems, que contiene preguntas cerradas de selección simple o múltiple (Tabla 13 y Anexo V).

Tabla 13. Construcción de indicadores para estudio de demanda turística

Variable	Indicadores	Ítems
Características de la demanda Turística	Características socio - económica	1. Edad
		2. Género
		3. Ocupación
		4. Estado civil
		5. Nivel educativo
		6. Ingreso mensual
	Aspectos relativos al viaje	1. Lugar de residencia permanente
		2. Motivo del viaje
		3. Lugar visitado
		4. Atractivo del lugar
		5. Frecuencia
		6. Estacionalidad
		7. Duración
		8. Personas con quien viaja
		9. Edades de acompañantes
		10. Alojamiento utilizado
		11. Lugar donde comió
		12. Atención recibida
		13. Calidad de alimentos y bebidas
		14. Costos por alimentos y bebidas
		15. Transporte utilizado
		16. Atención servicio de transporte
17. Calidad del transporte		
18. Costo del servicio de transporte		
19. Uso del transporte interno		
20. Atención transporte interno		
21. Calidad del transporte		
22. Costo del transporte		
Actividades desarrolladas	1. Actividades realizados	
	2. Que le gustaría realizar	
	3. Opinión sobre la ciudad	
Consumos	1. Gastos realizados	
	1. Información turística	
Marketing	2. Medios para estar informado	
	1. Imagen del municipio	
Actividad Turística	2. Imagen antes de visitar	
	3. Imagen después de visitarlo	
	4. Agrado por visita.	
	5. Disgusto del municipio	
	6. Deseo de regresar	
	7. Recomendaría el municipio	

Fuente: Elaboración propia, 2012.

Igualmente se consultó a un grupo de expertos utilizando el Método Delphi, para conocer su percepción con respecto a las potencialidades y estrategias a implantar para desarrollar la actividad turística local y patrimonial de Los Puertos de Altagracia.

Siguiendo De la Calle Vaquero (2006: 36) propone que la falta de registros sistemáticos obliga a realizar **conteos** o **recuentos** de **visitantes y vehículos** (automóviles privados, autobuses turísticos, entre otros) en determinados puntos de la ciudad, posibilitan obtener información básicamente sobre niveles de uso del espacio público cruzando con datos con datos sobre la tipología de los visitantes

(individuales, grupos, nacionales, extranjeros, entre otros). Aunque no se recoge información sobre el total de la población estudiada, la elección de determinadas situaciones objeto de estudio (saturación, temporadas altas y bajas, entre otros), permiten obtener una aproximación al uso del espacio. Su coste es muy elevado y en general únicamente son recomendables para estimar determinar parámetros de la afluencia en puntos y monumentos muy determinados.

Este tipo de conteo o recuentos de visitantes y vehículos se lleva a cabo desde el año 2006 por parte de la Alcaldía Bolivariana de Miranda, ubicándose en puntos clave de acceso tanto por vía terrestre como acuática en temporadas altas como lo son en las temporadas de Carnavales y Semana Santa, sin un control específico (Foto 3).



Empresa de Servicios Autónomo Social Bolivariano de Transporte, Publico Terrestre y Lacustre (SABTRA) -
Terminal Lacustre de Miranda



Empresa Socialista de Transporte (ESRUTA) - Transporte público (Caritos por puesto y Busetas)

Foto 3. Accesibilidad y Transporte. Los Puertos de Altagracia

Fuente: Alcaldía Municipio de Miranda. Fotos: Luzardo, 2010 y Molero 2006, Google Images

En síntesis, la investigación sobre el turismo en la ciudades históricas resulta una tarea compleja, cuyo diseño e implementación presenta dificultades por la naturaleza multidimensional del objeto de análisis y la escasa operatividad de las fuentes de información disponible, ya sean turísticas o de carácter sectorial (Troitiño et al. 2006: 680).

3.3 Operacionalización de las Variables

La operacionalización de las variables de estudio (Tabla 14).

Tabla 14. Operacionalización de las Variables

Objetivo Específico	Variable	Dimensión	Indicador	Instrumento
1. Caracterizar el ámbito de estudio en cuanto a su localización, variables medio ambientales y físico-espaciales del frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altagracia.	Variable medio ambiental	Ambiente	Identificación Ubicación	Revisión de literatura Observación
	Variable físico espacial	Espacio.	Caracterización	
2. Identificar la superestructura turística que regulan, dirigen y gestionan las actuaciones para preservar el Patrimonio Cultural del frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altagracia	Superestructura	Entes/instituciones u organismos del turismo	- Tipo de servicio - Identificación de Instituciones, escala de servicio: nacional, regional y local - Función/competencia según Leyes, planificación y gestión - Gestión: actuación en defensa del patrimonio y turismo	Revisión de literatura
			Recursos Patrimoniales Naturales	
	Oferta Turística	Recursos Patrimoniales Tangibles	- Clasificación - Identificación - Tipo - Declaratorio-Patrimonial - Fecha de - Construcción - Datos del Acondicionamiento - Lugar - Descripción del lugar. - Motivo - Ámbito de influencia - Descripción de interés - Causa de interés turístico	Ficha Técnica Documento Fichas 4, 5 y 6 (Anexo II)
3. Identificar la oferta potencial y los principales recursos patrimoniales y turísticos, con que cuenta el casco histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia, para la puesta en valor turística.	Recursos Patrimoniales Intangible	Recursos Patrimoniales Intangible	Clasificación - Identificación - Tipo - Declaratorio - Patrimonial - Uso original actual - Propietario - Estado de conservación - Accesibilidad - Servicio al visitante	Ficha Técnica Documento Fichas 7, 8 y 9 (Anexo II)
			Facilidades Turísticas (Prestadores de Servicio) (Alojamiento) (Alimentos y Bebidas)	- Clasificación - Identificación - Tipo - Patente - Horario - Empleados - Promoción - Estado Físico - Tipo de Comida - Servicio al visitante - Uso original - Capacidad

Fuente: Elaboración propia 2013

Tabla 14. Operacionalización de las Variables (continuación).

Objetivo Específico	Variable	Dimensión	Indicador	Instrumento
3. Identificar la oferta potencial y los principales recursos patrimoniales y turísticos, con que cuenta el casco histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia, para la puesta en valor turística.		Accesibilidad y Transporte	<ul style="list-style-type: none"> - Clasificación - Identificación - Tipo - Patente - Horario - Empleados - Promoción - Estado Físico -Tipo de Comida - Servicio al visitante - Uso original - Capacidad 	Ficha de Registro Facilidades Turísticas Fichas 16 a 19 (Anexo III)
4. Determinar las características socio-económicas, socio-culturales y la opinión de la comunidad residente, sobre la actividad turística en el frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altagracia	Características de los Habitantes	Características socio - económica y socio-culturales Opinión hacia la actividad turística	<ul style="list-style-type: none"> - Datos socio-económicos - Datos socio-culturales - Opinión hacia la actividad turística - Valoración que dan al Patrimonio Cultural 	Encuesta dirigida a la población residente. (Anexo IV)
5. Definir las características del visitante o, perfil de la demanda turística, de Los Puertos de Altagracia.	Características de la Demanda Turística	Perfil del Turista	<ul style="list-style-type: none"> - Características socio-económica - Aspectos relativos al viaje - Actividades desarrolladas - Consumos Marketing - Actividad Turística 	Encuesta sobre el perfil de la Demanda (Anexo V)
6. Identificar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades turísticas a través de un diagnostico situacional (DAFO) de Los Puertos de Altagracia.	DAFO		Debilidades Amenazas Fortalezas Oportunidades	Entrevistas Observaciones Documentos Literatura
7. Determinar desde el consenso pluriactoral (Método Delphi), las potencialidades y estrategias para la puesta en valor turística, del frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altagracia	Potencialidades Estrategias	Valoración de los expertos	a. Planificación y gestión b. Oferta (recursos Naturales y Culturales c. Demanda Turística d Facilidades y Servicios Turísticos e. Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano	Cuestionario Delphi Percepción de los expertos (Anexos XIII y XIV)

Fuente: Elaboración propia 2013.

3.4 Método Delphi. Encuesta a Expertos

Este método se utilizó para consultar diferentes profesionales expertos en el área de estudio, el cual busco que cada especialista aportara a la discusión general, la idea que tiene sobre el tema debatido desde su área de competencia.

La técnica o el Método Delphi o Delfos consiste en recoger las respuestas de un grupo de expertos, especialistas o conocedores, en un (1) cuestionario relativo al tema que aborda un (1) estudio de prospectiva. La denominación “Delphi” es la traducción inglesa de Delfos, una ciudad de la antigua Grecia al pie del Parnaso, en el cual de acuerdo a la mitología griega, estaba localizado un oráculo o templo en donde era consultado Apolo por medio de una sacerdotisa (pitia) (Landaeta 1999:34). Esta referencia resume su significado: consultar al que sabe (Klein, 2004)

Para Kaynak et al (1994), el Método Delphi es:

“una herramienta de análisis que presente de una forma organizada una plataforma para la toma de decisiones en un campo de visión más holístico, por lo tanto el involucramiento de varios profesionales de dentro y fuera de la cooperativa es de extrema importancia para que se obtengan respuestas amplias y de forma plural, proveyendo subsidios para una interpretación de resultados que efectivamente reflejen las condiciones reales tanto internas como externas” (Kaynak et al 1994, citado por Costa 2007:393).

La finalidad del Método Delphi es conocer la mirada que un grupo de expertos tiene sobre un tema específico a partir de la construcción de numerosos cuestionarios, que permiten acceder a los niveles convergencia y divergencias que el conjunto tiene sobre la cuestión y revelar consensos y descensos no explicitados. De esa manera los resultados ofrecerán una nueva mirada sobre el problema abordado.

Las características de esta estructuración citada definen la técnica y la diferencia de otras técnicas grupales, las cuales son:

- a) Proceso interactivo
- b) Mantiene el anonimato de las personas participantes en las etapas del proceso
- c) Permite el *feed-back* o retro-acción controlada.
- d) Facilita el análisis estadístico de las respuesta del grupo (Dalkey & Helmer, citado por Costa 2007:394).

Se trata de un proceso sistémico e interactivo que garantiza la participación de todos de forma personal-individual, respetando el anonimato de cada consultado, haciendo que la transmisión o repase de la información se establezca sin la

participación de un grupo manipulador, mediante el *feed-back* controlado y generalmente organizado, por el conductor del método, permite la transmisión <sin ruido> entre los participantes a lo largo de las interacciones que se dan en todo el proceso, y finalmente, la repuesta estadística de grupo garantiza que todas las opiniones individuales sean tomadas en cuenta en el resultado final del grupo (Landeta 1999: 32).

En el procesamiento de estas opiniones de los participantes, se pregunta a los expertos las razones que determinan su comportamiento, se resumen los resultados y los razonamientos y se le remite nuevamente a cada experto con el objeto de que conozcan la opinión grupal sobre cada ítem por si desea reconsiderar o revisar sus estimaciones anteriores. Lo más frecuente es realizar dos (2) rondas: una inicial y otra de revisión. No obstante será el investigador el que determine cuando finaliza el proceso de consultas, lo que se producirá cuando se alcance un alto grado de consenso, es decir, cuando se reduce al máximo la dispersión en las informaciones que pretenden consensuarse (Alfonzo 2009).

En el caso de este estudio se estableció la consulta al grupo de expertos en dos (2) rondas, una inicial y posteriormente una de revisión donde se les solicito razonar sus respuestas en función del consenso del grupo.

El proceso del Método Delphi se realiza fundamentalmente en cuatro (4) fases: 1) Diseño y validación del cuestionario, 2) Selección de los expertos, 3) Procesamiento de las respuestas, y 4) Análisis de resultados. Este proceso metodológico exige, para una correcta aplicación del mismo, la ejecución secuencial de estas etapas

El procedimiento, a partir de la entrega del primer cuestionario, sigue el siguiente proceso:

- Cada experto debe responder a las preguntas e información adicional del cuestionario. Es necesario que las preguntas que se formulen no conlleven ningún tipo de ambigüedad, que sus respuestas puedan ser medidas y agrupadas con facilidad para presentarlas en la fase posterior y que ninguna de las preguntas condicionen la respuesta de otra
- El investigador coordinador analiza la información que los expertos aportan y reelabora el cuestionario acompañado de información cuantitativa estadística, reflejo de la opinión del grupo, así como de información adicional seleccionada para que cada experto pueda contrastar su respuesta y

modificarla si lo considera oportuno en función de los aportes realizados por el resto de los participantes.

- Se reenvía el nuevo cuestionario debiendo aportar los expertos explicaciones o datos que justifiquen sus respuestas especialmente cuando éstas sean notablemente diferentes a las posiciones mayoritarias.
- Con la información resultante, si se da un nivel de consenso notable, se procede el análisis e interpretación final de los resultados.

Gran parte del éxito de la técnica radica en los criterios de selección que garanticen la calidad de los expertos participantes, debiendo presentar la máxima experiencia y conocimiento en el área investigada.

Más compleja que la selección de los expertos que participen en el proceso es la definición de que se entiende por tales. El criterio para definir un experto está dado por la capacidad o conocimiento que este tenga tanto para aportar opiniones relevantes sobre el problema o tema objeto de estudio, como su capacidad para mirar el futuro, independientemente de su título académico, función o puesto jerárquico, igualmente es importante el grado de afectación por las consecuencias del problema en estudio, capacidad facilitadora, interés o motivación particular, como accesibilidad, costos entre otros (Landeta 1999 y Aguirre 2009).

Otra cuestión básica es que los expertos no tomen contacto entre sí, para evitar que sus opiniones se vean influenciadas por el conjunto. Caso contrario, se corre el riesgo que en lugar de obtener una opinión individual se refleja una mirada grupal que estará determinada por los distintos niveles de liderazgo que cada experto tenga dentro del conjunto (Aguirre 2009).

Por otra parte, como señala Sancho y García (2004, citado por Reyes 2011), la opinión de los expertos involucrados en el desarrollo de un destino es importante, puesto que son ellos quienes tienen un punto de vista integral del mismo y además, en muchos, casos, el desarrollo futuro depende de su actitud como líderes de opinión y personas responsables en la toma de decisiones.

El número de experto es también importante, lo habitual es contar con un número reducido, aunque de calidad, de expertos participantes cuantificándose en un intervalo entre un mínimo de siete (7) y un máximo de treinta (30), al incrementar el número de participantes se reduce el error y la fiabilidad aumenta, a partir de treinta (30) colaboradores es muy poco significativo (Landeta 1999; Monfort 1999, citado por Alfonso 2009).

3.4.1 El Método Delphi y el presente trabajo

Fundamentalmente se pretende con la aplicación de esta metodología obtener las diferentes visiones sobre la problemática planteada y construir consensos sobre las potencialidades en el presente trabajo de investigación. Considerando que el desarrollo del turismo sostenible debe ser integrado, esto es con la participación pluriactoral para garantizar la visión holística del tema.

La adopción de la metodología Delphi como parte de la aportación empírica de esta Tesis Doctoral, fue escogida a partir del consenso entre los orientadores. Esto se justifica en la medida que la opinión de los Expertos, permiten corroborar la situación sobre las potencialidades y la definición de las estrategias que orientan la puesta en valor y el desarrollo turístico para la recuperación del casco histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia.

El esquema básico de las actividades realizadas para llevar adelante el Método Delphi fueron las siguientes:

1. Búsqueda de información documental.
2. Clasificación y análisis de la información.
3. Definición de los temas a someter a consulta.
4. Diseño, elaboración de instrumento para las diferentes rondas de consulta.
5. Seleccionar el conjunto de expertos adecuados para ser encuestados.
6. Validación del instrumento por expertos.
7. Revisar las preguntas o afirmaciones generadas, identificar y eliminar posibles ambigüedades.
8. Enviar las preguntas a los expertos
9. Analizar los resultados recibidos.
10. Establecer las respuestas medias e identificar las dispersiones resultantes.
11. Presentar a los expertos los resultados de la primera fase y solicitar su opinión sobre los mismos.
12. Analizar los resultados obtenidos y repetir la operación hasta lograr un consenso entre los consultados (segunda vuelta).
13. Procesamiento de respuestas razonadas (medianas y rangos intercuartílicos)
14. Presentación de los resultados definitivos y análisis que de los mismos.

3.4.2 Diseño del cuestionario

Bajo la orientación de los doctores asesores de esta investigación y los aportes del grupo de validadores consultados se logró conformar el cuestionario para la consulta a los expertos, teniendo como referencia el formato del cuestionario Delphi elaborado por Camacaro (2010), que se apoyó en Pulido y Sáez (2005) con las adaptaciones y ajustes pertinentes para esta investigación (Anexo XII).

El cuestionario se acompañó de una carta de presentación donde se exponían las características del trabajo, el objetivo principal del estudio así como particularidades del Método Delphi y del proceso en que participaría cada experto.

Las características del instrumento del denominado “Percepción de los expertos acerca de las potencialidades y estrategias para la puesta en valor de Los Puertos de Altagracia” (Anexo XIII).

Los aspectos considerados en la elaboración de los planteamientos del cuestionario Delphi, se basaron en el diagnóstico situacional y síntesis DAFO y se dividió en cuatro (4) partes. En la primera, se formulan afirmaciones relacionadas con debilidades y amenazas que posee el destino y limitan/inhíben la puesta en valor turístico, en la segunda, se consulta sobre las potencialidades concretadas en las diferentes fortalezas y oportunidades del destino que promueven/facilitan la misma, en la tercera, se pregunta sobre afirmaciones orientadas hacia las estrategias a seguir para el logro de la puesta en valor turístico del territorio, y en la última sección de afirmaciones se valoran los diferentes recursos patrimoniales potenciales naturales y culturales presentes (Tabla 15).

En la parte final de cada grupo de planteamientos o afirmaciones se incluyó un apartado para plantear comentarios o argumentos sobre los aspectos contemplados en el cuestionario.

Tabla 15. Aspectos considerados en la elaboración del Cuestionario Delphi.

Aspectos	Temática
I Parte: Pronostico Situacional (Debilidades y Amenazas)	
Planificación y Gestión Turística	Administración y gestión local
Oferta y Recursos	Recursos Naturales y Culturales
Demanda Turística	Aspectos generales de la demanda
Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos	Prestadores de servicios, alojamiento, esparcimiento, restauración, eventos, transporte turístico
Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano	Servicios en general, vialidad, sedes, Equipamiento urbano.
II Parte Potencialidades (Fortalezas y Oportunidades)	
Planificación y Gestión Turística	Administración y gestión local
Oferta y Recursos	Recursos Naturales y Culturales
Demanda Turística	Aspectos generales de la demanda
Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos	Prestadores de servicios, alojamiento, esparcimiento, restauración, eventos, transporte turístico
Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano	Servicios en general, vialidad, sedes, Equipamiento urbano.
III Parte: Estrategias para el desarrollo del turismo sostenible en Los Puertos de Altagracia	
Planificación y Gestión Turística	Administración y gestión local
Oferta y Recursos	Recursos Naturales y Culturales
Demanda Turística	Aspectos generales de la demanda
Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos	Prestadores de servicios, alojamiento, esparcimiento, restauración, eventos, transporte turístico
Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano	Servicios en general, vialidad, sedes, Equipamiento urbano.
IV Parte: Valoración de Potencial Turístico	
Potencial Turístico de los recursos	Recursos naturales
	Recursos culturales tangibles
	Manifestaciones populares y religiosas

Fuente: Elaboración propia 2013.

3.4.3 Escala de valoración

La escala de medida a utilizar fue un aspecto determinado por la asesoría del director de la investigación Dr. Enrique Torres Bernier, decidiéndose aplicar una escala de valoración del 1 al 7, permitiendo recoger matices. Según Allison et al (citado por Alonso 2009) con una escala amplia el encuestado elige con más precisión la puntuación que mejor representa su punto de vista.

Los expertos debían valorar cada ítem significado 1 “totalmente de acuerdo” y 7 “completamente en desacuerdo” para las tres (3) primeras partes y para la cuarta (4) parte entre 1 “no tiene potencial turístico” y 5 “potencial turístico alto” (Tablas 16 y 17).

Tabla 16. Escala de Valoración

Ponderación	Descripción
1	Totalmente de acuerdo
2	Bastante de acuerdo
3	Parcialmente de acuerdo
4	Neutral
5	Parcialmente en desacuerdo
6	Bastante en desacuerdo
7	Completamente en desacuerdo

Fuente: Reyes, 2011 / Camacaro, 2010

Tabla 17. Escala de valoración del potencial turístico

Ponderación	Descripción
1	No tiene potencial turístico
2	Potencial turístico muy bajo-para el nivel local
3	Potencial turístico bajo-para el nivel estatal (incluye local)
4	Potencial turístico medio-para un nivel nacional (incluye estatal y local)
5	Potencial turístico alto-para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)

Fuente: Camacaro 2010

Para la segunda circulación se le incluyen datos estadístico con los respectivos cuartiles: Cuartil 1 (C1), Cuartil 2 (C2), mediana, y Cuartil 3 (C3), solicitando que en esta segunda circulación, si su respuesta estaba fuera de los rangos especificados, justificaran su respuesta en el espacio correspondiente, identificando el número del planteamiento al cual hace referencia, como se especifica en el ejemplo:

Afirmación consultada	C1	C2	C3	1	2	3	4	5	6	7
		MEDIANA								

3.4.4 Selección del panel de expertos

Para la selección de los expertos se procede a diferenciarlos en tres (3) grupos:

- El primer grupo, corresponde a sujetos con amplia experiencia práctica en el área turística, que pertenecen o pertenecieron a la Administración Pública relacionados directamente con el sector, tanto a nivel del gobierno regional como del municipal o local.
- Un segundo grupo, corresponde a sujetos con amplia experiencia práctica en el ámbito de la empresa privada que sirven de apoyo al sector turismo, esto es gerentes y directivos, representantes gremiales relacionados al sector comercial y suministros, alojamiento, eventos del sector, entre otros, tanto a nivel del estatal, como municipal que mantengan una relación directa con Los Puertos de Altagracia.
- El tercer grupo, conformado por profesores universitarios vinculados con la investigación, la planificación-gestión turística urbana y del patrimonio cultural. Tanto de la Universidad del Zulia como de la Universidad Rafael María Baralt, sede Los Puertos de Altagracia (Tabla 18).

Tabla 18. Expertos calificados para la aplicación del Cuestionario. Método Delphi

Primer grupo de expertos sector público		Institución donde se desempeña
1	Arq. María del Pilar González. MSc.	Corporación Zuliana de Turismo (CORZUTUR)- Gobernación del Estado Zulia
2	Arq. Otilia López MSc.	Directora de Turismo de CORPOZULIA
3	TSU. Mayerling Pozo Matos	Dirección de Turismo Alcaldía Bolivariana de Miranda
4	Arq. Pedro Romero Ramos. Esp.	FUNDALUZ / Instituto del Patrimonio Cultural IPC / Centro Rafael Urdaneta (CRU)
5	Arq. Leyla Cuenca MSc.	Patrimonio Cultural del Estado Zulia- FUNDAPATRIMONIO.
6	Arq. Iraida Celi Pastran	Directora de Patrimonio Gobernación del Estado Zulia
7	Dra. Lorena Piñero	Ex Secretaria de Estado (2009-2012) / Ex directora General de la Alcaldía de Miranda
8	Dr. Wilfrido Valles	Concejal Cámara Municipal de Miranda / Maestría en Dirección y Gestión Local. Universidad Carlos III España
9	Lic. Julio Cesar Franco	Cronista de Los Puertos de Altagracia
10	Prof. Liliana Bermúdez	Directora de Acervo Histórico del Municipio Miranda
11	Lic. Inés Largo MSc.	Directora del Museo Centro Histórico de Altagracia
12	Lic. Jonás Moreno MSc.	Contralor Municipal de Miranda Asesor Financiero
Segundo grupo de expertos sector privado		Sector donde se desempeña
13	Ing. Juvenal Luzardo Padrón	Empresario / Presidente de la Asociación de Comerciantes del Municipio Miranda
14	Lic. Dick Rodríguez Tremó MSc.	Director Gerente de Relaciones Públicas y Eventos Empresas Polar Maracaibo-Zulia
15	Lic. Mario Montiel	Empresario / Cámara Hotelera del Estado Zulia.
16	Lic. Blanca Elena Rodríguez	Empresaria Prestadora de servicio de alojamiento / Municipio Miranda
17	Chef. Internacional Jairo Paz	Empresario. Prestador de servicio en restauración / Participado en Ferias Internacionales Gastronómicas
18	Arq. Aledis Valencia MSc.	Empresaria / Ex directora de Estudios y Proyectos Alcaldía de Miranda
Tercer grupo de expertos sector académico / Investigadores		Área de Investigación
19	Politólogo Juan Carlo Morales PhD	Acervo Histórico del Estado Zulia (Ex Director) profesor - investigador de LUZ
20	Arq. Leriz Camacaro. PhD	IFAD-LUZ, Profesora e investigadora. Coordinadora Gestión de Relaciones Turísticas IFAD
21	Arq. Ricardo Cuberos MSc.	IFAD-LUZ, Planificación Urbana-Regional, SIG.
22	Arq. Esteban Iazzeta. PhD	IFAD-LUZ, Planificación-gestión turística -frente de agua. Coordinador Maestría Turismo
23	Arq. Ismar Millano Solarte MSc.	Profesora-investigadora LUZ. Planificación Integral para el desarrollo del Turismo / Patrimonio Cultural.
24	Arq. Nancy Ávila de Montero MSc.	Planificación y Turismo. Miembro Comité Académico Maestría en Turismo (LUZ)
25	Lic. Maribel Butrón PhD	Profesora-investigadora Universidad Rafael María Baralt (UNER) sede Los Puertos de Altagracia / Patrimonio Cultural
26	Lic. Félica Padrón PhD	Economía y Gerencia de Empresas / Directora del Doctorado Universidad Rafael María Baralt (UNER)
27	Lic. Iris Butrón MSc.	Profesora-investigadora UNER Asesora y coordinadora del I Censo de Patrimonio Cultural de Altagracia

Fuente: Elaboración propia 2013.

3.4.5 Desarrollo del trabajo de campo

Primera Ronda:

La distribución inicial del cuestionario se realizó a principios de Julio de 2013, solicitando la remisión de respuesta en un plazo de cinco (5) días.

El cuestionario inicial (Anexo XIII) se remitió por correo electrónico al listado de expertos seleccionados, y otros se entregaron personalmente al experto a consultar, pidiéndose su devolución unan vez cumplimentado el cuestionario.

El cuestionario se acompañó de unan carta personal donde se explicaban los objetivos de la investigación y los antecedentes básicos de la misma, solicitándose la colaboración en la investigación. Además se mantuvo una línea abierta permanente de consulta y apoyo para resolver dudas o inquietudes que pudiesen plantearse.

En la primera ronda se sometió a valoración un total de noventa y nueve (99) ítems distribuidos en las IV Partes y los diferentes Apartados en que se dividió el cuestionario (Anexo: XIII. Cuestionario Primera Ronda).

Pasado el tiempo estimado que originalmente fue de un (1) mes para completar la totalidad de los cuestionarios y, teniendo en cuenta que solo se tenían el 70% del índice de respuestas se extendió por un plazo de dos (2) semanas más completándose y dándose por cerrado el proceso de recepción de respuestas el día 15/08/2013.

Se recibieron en la primera circulación un total de veintisiete (27) cuestionarios, de veintiocho (28) que originalmente se entregaron, quedando el grupo conformado por veintisiete (27) expertos dispuestos a participar en la segunda ronda. Quedó así conformado y cerrado el grupo participante DELPHI al considerarse relevante tal participación.

Segunda Ronda:

Las respuestas de la primera ronda fueron cuantificadas estadísticamente expresando medidas de tendencia central y dispersión.

Gracias a una de las características del Método Delphi, como es la capacidad innovadora y creativa que tiene a través de la generación de ideas por parte de los expertos participantes en el proceso, se aportaron nuevas contribuciones para la resolución y enriquecimiento de las cuestiones planteadas.

Con esta información se elaboró el cuestionario para la segunda ronda donde se refleja la opinión grupal y la respuesta emitida por cada experto en la primera ronda, solicitándose a cada participante que reflexionara sobre sus propias

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

respuestas y que rectificara o ratificara su conclusión justificando su respuesta si lo estimaba oportuno en función de la respuesta grupal.

Es importante mencionar que, para hacer más ágil el cuestionario se decidió, con asesoramiento de la Experta matemática y estadística la Dra. María Escalona, que en la segunda ronda no se incluyeran aquellos ítems en los que se había producido una alta convergencia y consenso en las respuestas, permitiendo así personalizar más la consulta y facilitando el tiempo invertido por los expertos consultados.

El cuestionario de la segunda ronda se envió a mediados del mes de septiembre, cerrándose el plazo para la recepción de respuestas el 30/10/2013. El número de respuestas en esta segunda ronda fue de veinticinco (25) cuestionarios completos válidos.

Los resultados de la segunda circulación mostraron un nivel de consenso notable por lo que fue necesaria una tercera ronda, dándose por finalizado el proceso (Anexo XIV).

Durante todo el proceso el anonimato entre los expertos participantes fue asegurado.

3.5 Validez y Confiabilidad de los Instrumentos

Una vez diseñado los instrumentos, los mismos fueron sometidos a un estudio técnico para la identificación de su validez y confiabilidad.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010: 201-204), la validez se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir, mientras la confiabilidad se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce los mismos resultados.

Tanto la validez como la confiabilidad de un instrumento de medida pueden verificarse y mejorarse a través de estudios exploratorios previos en el área de interés o por medio de pruebas pilotos sobre un pequeño grupo de personas con características similares al grupo objeto de estudio (Singleton, 1993, citado por Alonso 2009)

En este orden de ideas, la validez de los instrumentos, aplicado tanto a las empresas prestadoras de servicio como a los organismos de promoción y desarrollo del turismo local y regional, fue obtenida mediante un proceso de validación de contenidos, el cual sometidas a la validez por cinco (5) expertos, en las áreas de metodología o especialistas en planificación y turismo. Lo que permitió confirmar estos aspectos asegurando en definitiva que todas las preguntas fueran

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

comprensivas, relevantes y que condujeran a resultados consistentes con relación al tema de estudio (Tabla 19).

Tabla 19. Experto validadores del Cuestionario. Método Delphi

Nombre del Experto Validador	Área de investigación o especialización
Dr. Enrique Torres Bernier	Economía aplicada al turismo
Dra. Milagros Luzardo	Metodologías y Evaluación
Arq. Nelly Caldera de Ugarte MSc.	Planificación Integral para el desarrollo del Turismo
Arq. Yanet Cestary Colmenares MSc.	Turismo-facilidades turísticas / Miembro del Comité Académico Maestría Turismo
Dr. Nelson Díaz Valbuena	Estadística aplicada a empresas

Fuente: Elaboración propia 2013.

Recogidas las observaciones y sugerencias, que giraron básicamente en torno a la forma de plantear las preguntas, correcciones en la formulación y redacción, formato de presentación y, en escasa medida, sobre algunas cuestiones de fondo referidas al tema en cuestión, se ajustó el soporte.

Posteriormente, se aplicó una prueba piloto participando un total de seis (6) expertos: tres (3) investigadores académicos, un (1) representante del sector de la empresa privada, un (1) representante de la administración pública relacionada al turismo y un (1) representante del sector de gerencia del patrimonio cultural. Esta cantidad fue equivalente al 22.5% del total de participantes previstos en el Método Delphi; sobre un total de veintisiete (27) expertos.

Para estimar la confiabilidad del instrumento aplicado a los expertos se empleará la fórmula de Alfa Cronbach, la cual en el criterio de Chávez (2007), se aplica para calcular la confiabilidad con alternativas múltiples de respuestas. Por tanto la fórmula aplicada en este caso será la siguiente:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

Donde:

α = coeficiente de Cronbach

K = número de ítems del instrumento

S_i^2 = varianza de cada ítem

S_t^2 = varianza del instrumento

El coeficiente de confiabilidad podrá oscilar en valores entre cero y uno, en donde un coeficiente “cero” (0) significará “nula confiabilidad” y “uno” (1) representará “confiabilidad”. Una vez aplicada la fórmula al instrumento de recolección de datos en esta investigación, resultó en una confiabilidad de ($\alpha = 0,912$) lo cual determina un grado de “confiabilidad muy alto” (Anexo XII).

3.6 Técnica de Análisis de la Información

Los datos recolectados en la fase de aplicación de los cuestionarios antes mencionados tuvieron un tratamiento estadístico de carácter descriptivo, en él se efectuaron cálculos de medidas aritméticas, para obtener los porcentajes, con el fin de confrontar y analizar los datos y conocer la opinión de las distintas unidades de información y conocer la opinión a fin de determinar las distintas potencialidades y estrategias para lograr la puesta en valor turístico del frente de agua y casco histórico con toda la herencia patrimonial presente en Los Puertos de Altagracia.

Dichos datos obtenidos se procesaron en SPSS versión 15.0, primeramente clasificando las diferentes preguntas de cada instrumento según los ítems manejados en interrogantes con respuestas simples o múltiples. Una vez clasificadas, se introdujeron las variables para el diseño de la base de datos para posteriormente realizar el vaciado de los datos, el análisis de la data y la elaboración de las tablas sinópticas con sus diferentes frecuencias y gráficos representativos.

CAPITULO 4

LOS PUERTOS DE ALTAGRACIA Y SU POTENCIAL TURÍSTICO

Análisis Situacional del Frente de Agua y Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia

En este capítulo se describen y diagnostica, utilizando los diferentes instrumentos descritos recaudar información relativa a la caracterización del ámbito de estudio en cuanto a su localización y según las variables medio ambiental y físico-espacial del casco histórico y frente de agua de la ciudad de Los Puertos de Altagracia, igualmente se identifican los elementos de la superestructura turística, que regula, dirige y gestiona las actuaciones para: identificar, mantener y preservar el Patrimonio Cultural, así como evaluar los recursos ya registrados como elementos patrimoniales tangibles e intangibles, sobre todo edificaciones con potencial turístico, que permitan sembrar las bases conforme a los objetivos descritos, y lograr la puesta en valor del casco histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia.

El diagnóstico se desarrolló con el apoyo del modelo teórico propuesto por SIGTUR-Zulia (2000), para estudiar cuatro (4) de los subsistemas turísticos (recursos naturales, culturales, facilidades turísticas, accesibilidad y transporte), fundamentados en el segundo capítulo de la investigación.

Para el análisis del subsistema Recursos Culturales, se partió de la información documentada y catalogada como Bienes de Interés Cultural inventariados por el Instituto de Patrimonio Cultural (IPC) a través del Catálogo del Patrimonio Cultural Venezolano del Municipio Miranda (ZU14 2004-2006) y su respectiva categorización como recurso cultural (SIGTUR 2000). A partir del diagnóstico realizado por el Instituto de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad del Zulia (IFAD-LUZ 1996) y el Instituto de Patrimonio Cultural, para pre-inventariar el área del casco histórico de Los Puertos e Altagracia, en una poligonal de veintidós hectáreas (22 ha), cuyos inmuebles datan de la época colonial determinaron que existían ciento treinta y seis (136) inmuebles con valor patrimonial, de los cuales 5 son espacios públicos y el resto edificaciones representadas por viviendas tradicionales zulianas, que ascienden a ciento veintiséis (126) inmuebles, teniendo mayoritariamente uso residencial y están habitados casi en su totalidad, lo cual mantiene vivo el casco histórico altagraciano.

4.1 Caracterización Físico-Territorial del Ámbito de Estudio.

Las características del espacio físico territorial y elementos del ámbito de estudio se basan en la descripción general de las variables medio-ambientales de Los Puertos de Altagracia, y se identifican en el estudio de las potencialidades turísticas con que cuenta. Se revisaron diferentes fuentes documentales existentes, así como informes técnicos del Municipio Miranda y que se contrastaron con los aportes de las visitas al sitio (análisis de campo).

4.1.1 Ubicación Geográfica

Los Puertos de Altagracia son la capital del municipio Miranda, uno de los veintiún (21) municipios del Estado Zulia está ubicado en el norte de la Sub-Región Costa Oriental del Lago de Maracaibo, en el extremo nororiental del estado Zulia, en la zona más septentrional de América del Sur, limita al norte con el Golfo de Venezuela, al este con el estado Falcón, al sur con los municipios Santa Rita y Cabimas y al oeste con el Lago de Maracaibo (Strauss 1996) (Plano 1).

Tiene una extensión territorial de 1.966 km², lo que representa el 3,90% de la superficie total del estado Zulia (PDUL Altagracia 1997) y una población de 97.231 habitantes correspondiente a una densidad de población de 50,75 hab/km². Presenta en sus límites oeste y norte más de 100 km. de línea costera, y el único de esta zona con costas en el Golfo de Venezuela (Oribor y Quisiro), con playas aptas al contacto humano en sus veintiséis kilómetros (26 km) aproximados de aguas marinas. Su situación geográfica es privilegiada y además posee paisajes muy variados, y su extensión le ofrece grandes ventajas para su desarrollo económico y turístico (Plano 1).

El área urbana de la capital del municipio Miranda Los Puertos de Altagracia, es de ciento siete kilómetros cuadrados (107 km²), que representa el 5.4% del territorio del municipio Miranda; concentrando una población de cincuenta y tres mil novecientos ochenta (53.980) habitantes, según el Instituto Nacional de Estadística (INE), para el censo del año 2011, lo que implica que más del 55, 5% de los habitantes del municipio Miranda se encuentran en esta parroquia.

Según la Ley de División Territorial de Zulia, Gaceta Oficial N° 136 de fecha 21/07/1989, el actual municipio autónomo Miranda queda dividido en cinco (5) parroquias, las cuales junto con sus respectivas capitales (Plano 1 y Tabla 20).

Es de hacer notar que, la junta regional de la entidad propuso crear una nueva parroquia a través de Ley de Reforma Parcial de la Ley de División Político Territorial

del Estado Zulia, denominada: “José Antonio Chávez” (Gaceta Oficial del Estado Extraordinaria N° 1349 de fecha 25/11/2009), posteriormente por recurso de amparo interpuesto por el Alcalde Tiberio Bermúdez, ante el Tribunal Superior de Justicia, se suspende la creación de la misma (Expediente: N° 2012-0536 de fecha 28/06/2012).



América del Sur



República Bolivariana de Venezuela



Estado Zulia



Costa Oriental del Lago (COL)



Municipio Miranda



Parroquia Altagracia



Los Puertos de Altagracia

Plano 1. Los Puertos de Altagracia. Parroquia Altagracia. Municipio Miranda, Zulia.

Fuente: IPC 2006

Tabla 20. Parroquias del Municipio Miranda.

Parroquia	Capital	Superficie (km ²)	Población (hab)	Densidad (hab/km ²)
Altagracia	Los Puertos de Altagracia	107	53.980	517, 54
San José	Sabaneta de Palmas	61	18.772	322, 88
Faría	Quisiro	655	4.909	8, 49
San Antonio	El Consejo de Ziruma	618	11.558	18, 04
Ana María Campos	El Mecocal	525	8.012	15, 23
Municipio Miranda		1.966	97.231	50, 75

Fuente: Elaboración propia a partir de la Ley de División Territorial del Zulia de fecha 21/07/1989



Plano 2. Centros poblados. Municipio Miranda, Zulia.

Fuente: Corpozulia 2010

En cuanto a su ubicación la parroquia Altagracia limita al norte con la parroquia San José, al este con la parroquia Ana María Campos, al sur con el municipio Santa Rita, y al oeste con el Lago de Maracaibo en el llamado cuello del lago.

Dentro de la parroquia Altagracia se encuentran varias poblaciones siendo las más importantes:

- Los Puertos de Altagracia (capital del municipio Miranda), Punta de Leiva, Punta de Piedra, Haticos del Norte, Haticos del Sur, La Salina del Sur, El Nuevo Hornito, El Cucharal, El Tartagal, Los Llanitos, san Luis, Lluvia de Oro, María Altagracia Piña, entre otros (Plano 2).

A. Los Puertos de Altagracia. Origen y Fundación

La colonización en la costa y planicies que ocuparon donde hoy está emplazada la Villa se remonta a 12.000 años antes del contacto indoeuropeo (Cardozo, 1998). En el siglo XV, los habitantes del hoy municipio Miranda, eran indios paraujanos, que se ubicaban en la zona de Los Olivitos y vivían fundamentalmente de la pesca (Strauss, 1996). El origen de Los Puertos de Altagracia, se remonta a la llegada del español Alonso de Ojeda (compañero de Cristóbal Colón), acompañado por el piloto Juan de la Casa, Américo Vesputio y Juan Vásquez, al final del siglo XV, organiza su segundo viaje a América. Su expedición partió del Puerto de Santa Catalina, España, el 18/01/1499, avistando el Lago el día de San Bartolomé, 24/08/1499 (primer movimiento), y denominándolo Puerto y Lago de San Bartolomé, tocando las islas de Zapara y San Carlos, luego en su permanencia Alonso de Ojeda tuvo que explorar todas las orillas e interior y estando en el lugar que ocupa Altagracia, no realizó hechos de fundación, sino de visitante descubridor y residente, siendo Altagracia el primer puerto en el que atracó (Oldenburg, 1975).

El primer nombre de Los Puertos de Altagracia fue “Pasaje”, ya que era “el punto de paso entre las dos (2) orillas más cercanas del Lago de Maracaibo” y, en consecuencia, ruta obligada de dinámicos y crecientes vínculos económicos y culturales entre los asentamientos indígenas de la Cuenca del Lago de Maracaibo. El Pasaje servía de ruta y punto de comunicación con las poblaciones de la ciudad de Coro y capital del actual estado Falcón con la costa occidental y oriental del Lago y de Los Andes, con los pobladores del Noreste de la actual Colombia. De este pasado indígena dan fe las figurillas y restos encontrados de vasijas que se conservan en la “Casa Histórica de Altagracia” (Cardozo 1998).

Iniciándose con eso su característica de Ciudad Puerto, dado que desde aquel lugar se cruzaba el Lago de Maracaibo. También se le llamó Punta Cabritas, porque ahí depositaron numerosos rebaños de cabras traídos de España y que criaron y comercializaron los habitantes del lugar, así lo reseña el cirujano-barbero Alexandre Olivier Oexmelin, compañero de correrías de los piratas y bucaneros del Caribe (Cardozo, 1998). Más tarde, en algunos documentos de la colonia, lo identifican como Puerto de Coro, por ser el puerto lacustre de la provincia de Coro (Strauss 1996).

Inicialmente la capital del municipio Miranda, Altagracia, se utiliza como el puerto donde los españoles y alemanes colocaron por primera vez el nombre a un

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

sitio del Estado Zulia en el siglo XVI. Según el historiador altagraciano Christian Oldenburg (1975), se tiene como fecha de la fundación el 08/09/1529 (día de la Natividad de la Santísima Virgen), por el alemán Ambrosio Alfinger, primer Gobernador y Capitán General de la Provincia de Venezuela, quien había salido desde Coro “hacia el occidente, rumbo al sur del Golfo”, que se suponía entrada hacia la especiería, el famoso “Mar del Sur”, acampó en lo que hoy son Los Puertos, en un gesto que repetía la milenaria tradición indígena y, quizás guiado por ellos mismos, antes de pasar a la costa occidental donde intentó la primera fundación de Maracaibo territorio que era usado como estación de tránsito, puerto y centro militar hacia la ciudad de Maracaibo.

Sin embargo, existen posiciones encontradas sobre la fundación de Los Puertos de Altagracia, ya que, el explorador alemán solo utilizó originalmente la población existente para trasladarse a Maracaibo, por tanto otros consideran que luego de distintos intentos de asentamientos oficiales por parte de los españoles, es fundada por el año 1600, con la categoría de Villa, donde el rey de España concede un espacio urbano comprendido entre un perímetro que se forma de buco a buco con quinientas (500) varas medidas al este, la orilla del lago en cada extremo (IPC, 1998). Pero ya para el siglo XVII y principios de XVIII era mencionada la localidad con el nombre de Los Puertos de Altagracia, como figura en un mapa-plano fechado en 1707, de autor desconocido (Cardozo, 1998). Y finalmente, según documento oficial del 27/07/1789 donde se le da la denominación de “Los Puertos de Altagracia” (Vila, 1978:63).

Dado que la población de Altagracia, se encuentran en el estrecho del lago conocido como el cuello del lago, donde solo hay 8 km hasta Maracaibo, esto la ha convertido en una importante vía de acceso al lago, motivo por el cual, Los Puertos de Altagracia fue fundada y refundada siempre a Maracaibo, para proteger el acceso al lago desde los tiempos de la colonia, territorio que era usado como estación de tránsito, puerto y centro militar hacia la ciudad de Maracaibo (Urdaneta, 1994).

Para finales del siglo XVI los Padres Agustinos se habían dado a la tarea de recorrer buena parte de la cuenca del Lago de Maracaibo predicando la sagrada devoción de la Alta Gracia. Según documentos de la Iglesia, esta orden estaba dedicada a la propagación de la devoción a Nuestra Señora de la Gracia. Los pobladores de la Villa tomaron con mucha fe y dedicación la devoción a nuestra Señora de Gracia o Altagracia, decidiendo desde principios del siglo XVII que Altagracia era su patrona (Strauss et al. 2000).

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

En el año 1714, esta singular Villa fue erigida por el obispo de la Diócesis de Caracas Fray Francisco del Rincón como parroquia eclesiástica. El 19/02/1774, la Villa de Altagracia recibe la primera visita del obispo Mariano Martí, quien venía desde la ciudad de Coro. En esta oportunidad el obispo Martí en sus crónicas se expresó de manera muy positiva sobre la vida cotidiana y la actitud religiosa de la Villa Altagraciana, reseña que el Puerto de “Nuestra Señora de Altagracia” contaba con mil trescientos noventa y cinco (1.395) habitantes, reunía doscientas (200) casas concentradas con doscientas veinticinco (225) familias. Comienzan las gestiones para la construcción de la Iglesia (Martí 1969).

Posteriormente dos (2) años después (1776), el prelado regresó, y después del diagnóstico realizado en su visita pastoral recomendó al presbítero de la Villa, Juan Francisco de Olivares, “que impulsara y desarrollara el potencial económico, social, religioso y cultural del pueblo altagraciano, el cual, según él, tenía un futuro muy promisorio” (Martí 1969: s/p).

Comenta el historiador altagraciano Christian Oldenburg (1975);

“Puerta del Zulia hacia el centro y el oriente de la República, dada su situación geográfica, era antemural y base de operaciones, la Villa Porteña; punto de importancia, luego con frecuencia ocupado por fuerzas militares de opuestos bandos que se disputaban su posesión, para dominar y darse paso hacia distintas partes. Además, contaba con una señalada representación culta y liberal” (Oldenburg, 1975: 38).

A principios del año 1823, en la Villa de Altagracia estuvo instalado el cuartel general de los Independientes o Patriotas, siendo un aporte importante para la Batalla Naval del Lago de Maracaibo, que selló la emancipación del gobierno español (Padrón 1971:11)

La Villa Procera y Levítica del Zulia, como también es conocida, sirvió como lugar estratégico de enlace en el occidente venezolano, convirtiéndose en centro de actividad portuaria y punto de convergencia de viajeros y comerciantes provenientes de diferentes lugares. La confluencia de tal variedad de personas con distintas ideas y costumbres fue conformando una población culturalmente heterogénea, la cual es considerada de gran riqueza.

B. Casco Histórico y Frente de Agua de Los Puertos de Altagracia

El casco fundacional de Los Puertos de Altagracia lo integran edificaciones de uso residencial, religioso, comercial, recreacional y turístico, fue declarado “Sitio de Valor Histórico Nacional” por La Junta Nacional Protectora y Conservadora del

Patrimonio Histórico y Artístico de la Nación (Decreto N° 3. Gaceta Oficial N° 32.201 de fecha 02/04/1981) que en uso de sus atribuciones consideró:

“Que el casco urbano de Los Puertos de Altagracia en el Estado Zulia reúne características de gran valor ambiental, tradicional e histórico que lo hacen merecedor de ser conservado como referencia urbanística de particular contenido y más cuando en ese lugar se desarrolla rápidamente un gran centro industrial que puede afectar las estructuras existentes”.

El Casco Histórico de Altagracia, está emplazado sobre una planicie de acumulación sedimentaria, a una altura de seis metros (6 m) sobre el nivel del mar, de configuración topográfica plana, a orillas del Lago de Maracaibo, el sector está amparado por una poligonal comprendida por veintiún (21) manzanas, entre la Calle 6 (Caldera), hasta la Calle 13, unidas por cuatro (4) avenidas: Avenida 1 (Padilla), Avenida 2 (Batista-Calle de la Playa), Avenida 3 (Faría-La Calle del medio), y Avenida 4 (Febres Cordero-Calle del Monte). Es importante resaltar que, dentro de esta área de protección la línea de costa o frente de agua no está incluido dentro de la poligonal decretado como “Sitio de Valor Histórico” (Figura 11 y Anexo I)



Poligonal del Casco Histórico y Frente de Agua de Los Puertos de Altagracia

Vista aérea del Casco Histórico y Frente de Agua de Los Puertos de Altagracia

Figura 11. Ubicación Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia. Municipio Miranda.

Fuente: IFAD, 1996 y Alcaldía Municipio de Miranda. Foto Molero 2006

En el centro entre las Avenidas 2 y 3 se encuentra situada la plaza principal dedicada a Francisco de Miranda, dato curioso ya que en Venezuela la plaza principal está dedicada generalmente al Libertador Simón Bolívar. En su entorno se ubican edificaciones muy importantes como la “Iglesia Nuestra Señora de Altagracia”, declarado Monumento Nacional según Decreto N° 26.320 de fecha 02/08/1960, sede principal de la parroquia y que para el año 1714 fue declarada

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

parroquia canónica, siendo la segunda más antigua del estado Zulia, se encuentra también el edificio público más importante de la administración local como lo es la sede de la Alcaldía Bolivariana del Municipio Miranda, la sede de la Prefectura o autoridad civil, el Museo “Centro Histórico y Cultural de Los Puertos de Altagracia”, los restos de la Casa de Ana María Campos (Heroína de la independencia); la casa de la Institución Mirandina (Biblioteca y Centro Cultural), antigua Casa Parroquia (hoy tienda de suvenir religiosos) viviendas y comercios (Foto 4, Plano 9 y Anexo I).



Patrona: Imagen “Virgen de Altagracia”, Iglesia Nuestra Señora de Altagracia”,
Vista aérea del Casco Histórico y Frente de Agua de Los Puertos de Altagracia

Foto 4. Patrimonio Edificado del Casco Histórico Los Puertos de Altagracia: Religión

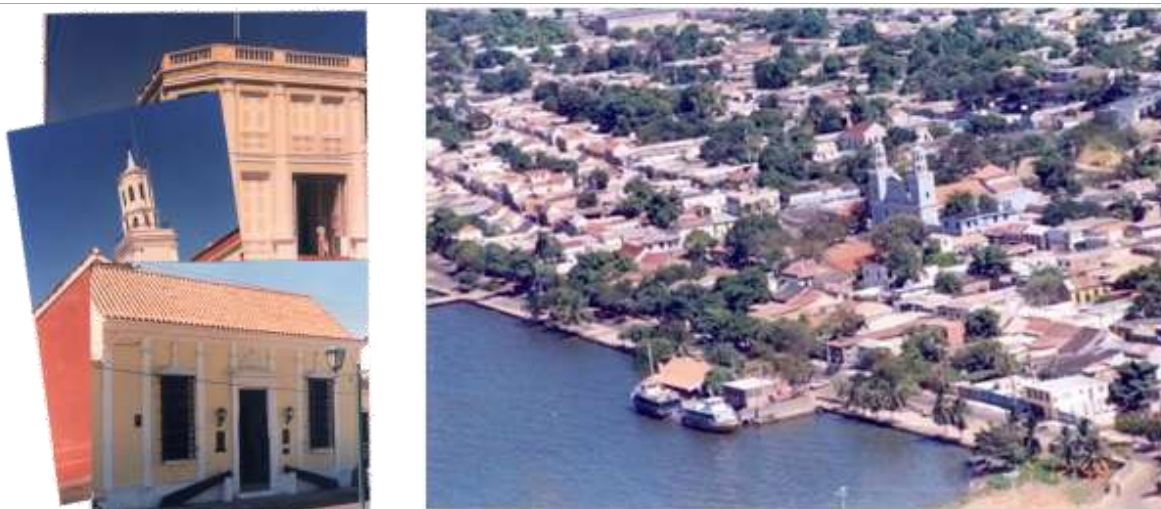
Fuente: Alcaldía Municipio de Miranda. Fotos: Luzardo, 2010 y Molero 2006, Google Images

El conjunto urbano del centro histórico responde a una retícula ortogonal que se organiza en forma lineal a lo largo del lago de Maracaibo. Los espacios circunscritos en las manzanas se consolidó alrededor de la Plaza Miranda como núcleo fundacional están ocupados por edificaciones continuas construidas en los frentes de las parcelas y alineadas a los ejes viales, en su mayoría en uso residencial, sin retiros laterales. A lo largo de cada avenida y calle hay viviendas de tipo colonial, republicana y moderna, con elementos originales característicos de cada época, destacando por su altura y características la Iglesia, el Museo del

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Hombre, y la Casa Museo “Gabriel Bracho”, que guardan numerosos objetos del patrimonio arqueológico y artístico (Figura 11 y Plano 9).

Las manzanas que se sitúan a lo largo de la costa, están ocupadas por edificaciones continuas de doble frente, perfil característico del pueblo, donde destacan las casa de dos (2) niveles con balcones de reminiscencias canarias, celosías de inspiración mudéjar, constituyendo un atractivo conjunto, que lo hace acreedor de un gran interés por parte de los turistas e inversionistas (Foto 5 y Planos 4,5 y 9).



Vista aérea del Casco Histórico y frente de agua Los Puertos de Altigracia

Foto 5. Patrimonio Edificado del Casco Histórico Los Puertos de Altigracia: Viviendas

Fuente: Alcaldía Municipio de Miranda. Fotos: Molero 2006

La forma lineal del emplazamiento u ocupación de la ciudad de Altigracia, se debe a un factor físico, determinado por, el lago de Maracaibo, que le caracteriza con una ciudad costera y el surgimiento de su frente de agua. Altigracia se desarrolló a partir del Casco fundacional, que en su trama urbana inicial presenta una forma reticular en cuadrícula, características de las ciudades coloniales bajo los patrones de organización de las Leyes de Indias. A partir de esta trama surge la trama del Casco Histórico actual, los cuales incluye los sectores el “Calvario” y “Ana María Campos”, que bordean la costa de norte a sur. Este crecimiento se ve interrumpido por los ecosistemas naturales representado por el norte con la ciénaga “Las Playitas”, y por el sur con la ciénaga “La Salina”, conocidos también como manglares.

Desde sus inicios Los Puertos de Altigracia, se ha caracterizó como una ciudad puerto, dadas las actividades de comercialización que en ella se efectuaban, entre todo los pueblos de la cuenca del Lago de Maracaibo, lo que permitió una actividad constante como medio de subsistencia.

A partir de la explotación petrolero, se produjo una desestimación y depresión de las actividades económicas iniciales, siendo estas sustituidas por la actividad propia del sector económico terciario y se ve estancadas por la extinción de las actividades petroleras y por tanto, las actividades terciarias no se vieron fortalecidas (Escobar, 1999).

Es evidente como históricamente ha existido entre el casco histórico y el frente de agua una integración con el entorno lacustre, determinando con ello una puerta de entrada desde el Lago hacia el municipio Miranda y estado Falcón y, desde el mencionado estado ser una puerta de entrada al estado Zulia, hecho que puede facilitar unido al patrimonio cultural tangible e intangible la construcción de una imagen e identidad particular y, con esto el “marketing urbano” para la promoción y valoración turística.

4.1.2 Variable Medio Ambiental

Esta variable se describe a través de los elementos del suelo, uso de la tierra, hidrología, clima, fauna, vegetación (Plano 3).

A. Suelos

Por sus condiciones geológicas los suelos son de origen reciente. Encontramos al sur desde suelos arcillosos, ondulados, moderadamente erosionados, hasta suelos formados por suelos de tierras quebradas, onduladas erosionadas por excesivo drenaje y suelos medio ondulados.

B. Hidrología

Presenta una red hidrográfica pobre. En el Municipio los ríos principales sirven a su vez de límite natural, el río Cocuiza (límite entre el municipio Miranda y el estado Falcón), río Aurare (límite entre los municipios Santa Rita y Miranda). La quebrada El Chito, que se intercepta con el río Cocuiza y sirve como límite entre el municipio Miranda y el estado Flacón.

Las lagunas de la zona norte (parroquia Faría del municipio Miranda) la Ciénaga de los Olivitos son otro factor hidrográfico de gran importancia, que además aportan un valor turístico y económico a la región (CORPUZULIA, 2010) la cual es un refugio de fauna silvestre y reservorio de pesca con un alto significado ecológico y atiende a las especificaciones del Plan Nacional de Reordenamiento del Territorio de 1998, explotable para fines turístico-recreacionales con base en el desarrollo del turismo sostenible, existen también varias zonas de manglares como “La Salinas”, “El Buque”, y Manglar de las “Playitas”, estas áreas naturales han servido elementos

contenedores del crecimiento ya que ha marcado el borde norte y sur del área del casco histórico y frente de agua de Los Puertos.

C. Vegetación

La vegetación está relacionada con el tipo de clima, es en su mayoría xerófila, caracterizándose al clima. Al norte monte espinoso Tropical, al centro bosque seco Tropical y al suroeste hacia las elevaciones de la serranía Falcón-Lara, las condiciones climáticas mejoran y forman un bosque húmedo tropical.

D. Fauna y Flora

El Municipio Miranda contiene el Refugio de Fauna Silvestre Ciénaga de Los Olivitos. Decretado desde 1989, el RFS Los Olivitos protege extensos bosques de mangle y caños de marea en una superficie cienagosa de 26.000 ha. El área del RFSLO también contiene campos de duna, cordones litorales, playas, albuferas, salinetas y la planicie de explayamiento de los ríos Cocuiza y El Palmar, que constituyen el principal aporte de agua del humedal.

Estos hábitats son especialmente importantes para la protección de especies en peligro como el Caimán de la costa (*Cocodrilus acutus*), así como de numerosas especies de aves residentes y migratorias. La población reproductiva de flamencos (*Phoenicopterus ruber*) más importante del país anida cada año en Los Olivitos.

Además de un Refugio de Fauna Silvestre, Los Olivitos es también una reserva de Pesca, de la cual los pescadores de la población Ancón de Iturre, sacan su sustento económico y alimenticio. En 1996, Los Olivitos fue acreditado por la Convención RAMSAR, como un humedal de Importancia Internacional.

En Los Puertos de Altagracia, se encuentra ubicados dos zonas de manglares o buques tanto en la zona norte llamado “ciénaga El Buque, o Las Playitas” y sur ciénaga la Salina” con características particulares para el turismo de observación natural. Ciénaga El Buque: zona ubicada en el sector Haticos Norte de la Ciudad de Los Puertos de Altagracia, cuyas alturas inferiores a la del nivel del mar, le otorgan un nivel freático alto, lo que genera un ecosistema húmedo que favorece el desarrollo del manglar en mayor medida, y distintas formas de vida adaptados a estos ecosistemas, entre ellos especies de aves, crustáceos y peces. En estas áreas desembocan las aguas de esorrentía, producto de la conformación del relieve y las pendientes del mismo que tiene dirección este-oeste. Posee recursos Bióticos: Aves: Garceta moñuda, Pelicano, Cormorán. Crustáceos: Camarones, Cangrejo. Peces: Jurel, Lisa, Mero, Robalo, entre otros (Plano 3).



Costa Oriental del Lago (COL),



Plano 3. Usos. Municipio Miranda. Zulia.

Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Costa_Oriental_del_Lago_de_Maracaibo#mediaviewer/Archivo:Mapa_COL.PNG y [http://es.wikipedia.org/wiki/Mirandino_\(Zulia\)#mediaviewer/Archivo:Mapa_Municipio_Miranda.PNG](http://es.wikipedia.org/wiki/Mirandino_(Zulia)#mediaviewer/Archivo:Mapa_Municipio_Miranda.PNG)

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

E. Clima

Su situación estratégica frente al Mar Caribe y casi al extremo norte de América de Sur, hace que sus aspectos climáticos y los vientos alisios del noroeste penetren todo el territorio del Municipio entre los meses de Noviembre y Abril. Los vientos locales restituyen los alisios y se presentan desde Mayo hasta Octubre. Estos datos los proporcionan “las estaciones Don Pancho (Estado Falcón) y Plan Bonito (Maracaibo), por presentar características similares que sirven de referencia” (CONZUPLAN, 1993: 9). Su clima es cálido seco, con precipitaciones medias anuales de 500 mm, incrementándose de norte a sur. Las máximas precipitaciones son de Mayo a Octubre; su evaporación llega a 1.800 mm y la temperatura promedio es de 28 °C. El calor máximo se presenta entre los meses de Marzo a Octubre y las menores temperaturas desde Noviembre hasta Febrero (Strauss, 1996).

4.1.3 Variable Físico-Espacial

La variable físico-espacial lo define el equipamiento urbano, seguridad y defensa, los servicios de infraestructura y accesibilidad y transporte; con que cuenta los centros poblados que conforman el Municipio, con la finalidad de conocer la situación actual de los mismos y tratar de establecer un balance entre los servicios existentes que puedan dar apoyo a la actividad turística y los servicios inexistentes, que son necesario para la población residente.

A. Equipamiento Urbano

En cuanto al equipamiento urbano, la ciudad de Altagracia, presenta en el área educativa todos los niveles de educación, registrándose una población estudiantil para la primera, segunda y tercera etapa de educación básica de quince mil cuatrocientos treinta y dos (15.432) estudiantes distribuidos en ochenta y nueve (89) espacios educativos distribuidos de la siguiente manera:

1. Preescolares: 14
2. Escuelas Básicas: 19
3. Media diversificada y profesional: 10
4. Preescolar y básica: 46

Entre públicos y privados, hay una (1) escuela de formación artesanal denominada Escuela de Labores “Dolores Vargas París”, Escuela de Vitrales “VITRARTE” fundada por el artista internacional Gabriel Bracho en el año 1987, una (1) institución de estudios técnicos “Nueva Altagracia”, y un (1) instituto de formación para el trabajo como es el Instituto Nacional de Capacitación Educativa (INCE).

La población también cuenta con estudios a nivel universitarios, como lo es una (1) sede de la Universidad Rafael María Baralt (UNER), Extensión Los Puertos de Altagracia con las carreras Universitarias en Administración de Empresas mención Gerencia Industrial, Educación mención Educación Integral e Ingeniería menciones en Mantenimiento Mecánico y Gas. La matrícula actual supera los ocho mil (8.000) alumnos, así como los estudios a través de las Misiones Sucre y Cultura.

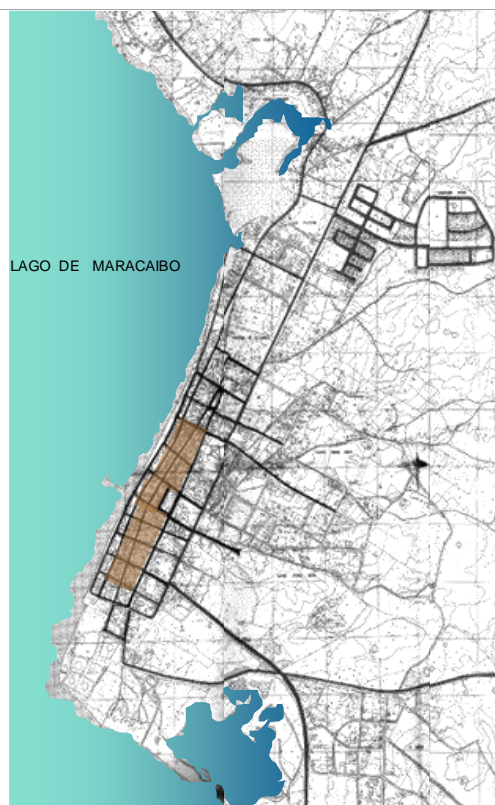
Es importante hacer referencia a esta institución de educación superior como una potencialidad para el Municipio, ya que permite no solamente la formación de sus habitantes y la generación de empleos directos o indirectos, sino que por ser carreras nuevas con menciones únicas en el país (Mantenimiento e Ingeniería de Gas, Aduana), atrae muchos visitantes producto de la gran demanda de estudiante de otros estados del país, así como estudiantes de otros países del continente americano como Peruanos, Colombianos y Ecuatorianos, que se encuentran residenciado a lo largo de toda la parroquia.

En cuanto a los servicios Medico-Asistenciales, existe en la Ciudad de Los Puertos de Altagracia un (1) Hospital Tipo II. Dr. "Hugo Parra León", el cual tiene una capacidad de hospitalización de sesenta (60) camas. Presta los servicios de cirugía, maternidad, banco de sangre, laboratorio, traumatología, pediatría, ginecología y obstetricia, nutrición y dietética, odontología, medicina familiar, zoonosis o higiene de alimentos y epidemiología, entre otros. Asimismo, por autogestión tiene los servicios de oftalmología, urología, traumatología y farmacia comunitaria. Es el más grande del Municipio y atiende todos los casos evacuados de la red ambulatoria rural. La cual cuenta con tres (3) ambulatorios Tipo I, y diez (10) ambulatorios tipo II, los cuales tienen servicios de medicina general, higiene de adulto y control de embarazo y medicina preventiva. Complementada con tres (3) Barrio Adentro I como Centro de Diagnóstico Integral (CDI) y Sala de Rehabilitación Integral (SRI). Igualmente la parroquia cuenta con cinco (5) clínicas privadas y todas mantienen consultas externas con especialista, pabellón para cirugías y control de embarazo y maternidad.

En cuanto a las instalaciones esparcimiento y recreación que posee la ciudad de Altagracia, es de hacer notar que estos se ubican principalmente en la zona del casco central, área que fue declarado según Gaceta Oficial N° 32.201 de fecha 02/04/1981, "Sitio de valor histórico", en las que se encuentra la plaza principal dedicada a Francisco de Miranda, ubicada en pleno centro urbano, también se encuentra cercanas la plaza dedicada al Libertador Simón Bolívar y a las heroínas

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Domitila Flores y Ana María Campos, una cosa curiosa de este municipio es que su plaza principal no está dedica al héroe de la patria (Plano 4 y 5).



■ Poligonal Declarada "Sitio de Valor Histórico"

Plano 4. Demarcación área protegida y Sectorización Urbana de la Parroquia Altagracia.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Alcaldía Bolivariana de Miranda, 2013

Otro espacio importante dedicado a la recreación y esparcimiento es el Boulevard Almirante Padilla ubicado este a riveras del Lago de Maracaibo, marcando todo el frente de agua que va bordeando toda la ciudad de Altagracia y hacen marco entre las orillas y la histórica ciudad, la cual se encuentra reforzada por tres (3) restaurantes ubicados a lo largo del espacio recreativo.

En el casco fundacional de Los Puertos se encuentran ubicadas varias edificaciones con carácter histórico como lo es la Iglesia "Nuestra Señora de

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Altagracia”, tres (3) museos como son: el Museo “Centro Histórico de Altagracia”, la Casa Museo “Gabriel Bracho” y el Museo del Hombre. Igualmente en esta área se encuentra viviendas con características de estilo colonial y republicanas ubicadas con fachadas continuas que muestran referencia a tiempos pasados y le aportan un gran interés urbanístico por pertenecer a la época colonial.

Como una edificación que presta servicios y coordina las actividades culturales de todo el Municipio está la Casa de la Cultura del Municipio perteneciente a Secretaría de Cultura del Estado la cual cuenta con un (1) Auditorio para quinientas (500) personas y mantiene formación para la comunidad en el campo de la música, danza, teatro y pintura, así como formación para el trabajo y talleres de artesanía. Igualmente para apoyar la actividad cultural está la Casa de la Institución Mirandina, encargada de coordinar actividades de apoyo a los artesanos y pequeñas empresas dedicadas a la gastronomía popular y los creadores populares.

Existe un (1) Terminal de Pasajeros que comunica a la ciudad de Los Puertos internamente y con el resto de las cinco (5) parroquias del Municipio, al igual que con las ciudades del Estado Zulia como Maracaibo y Cabimas, o fuera del Estado con los Estados Lara, Carabobo y Distrito Federal. La ciudad cuenta igualmente con un (1) Terminal lacustre que comunica a Altagracia con Maracaibo. También se encuentran equipamientos complementarios como, tres (3) panaderías, tres (3) farmacias, librerías, abastos, licorerías, entre otros (Plano 4).

B. Seguridad y Defensa

En relación a la seguridad y defensa, la zona cuenta con (3) instalaciones: el Destacamento de la Guardia Nacional acantonada en la Parroquia, la policía regional y la recién creada policía municipal son los cuerpos de seguridad que tiene la misión de resguardar el municipio. Posee una (1) Jefatura Civil, cuyas funciones son el registro de nacimiento descensos y denuncias en general (Foto 5).



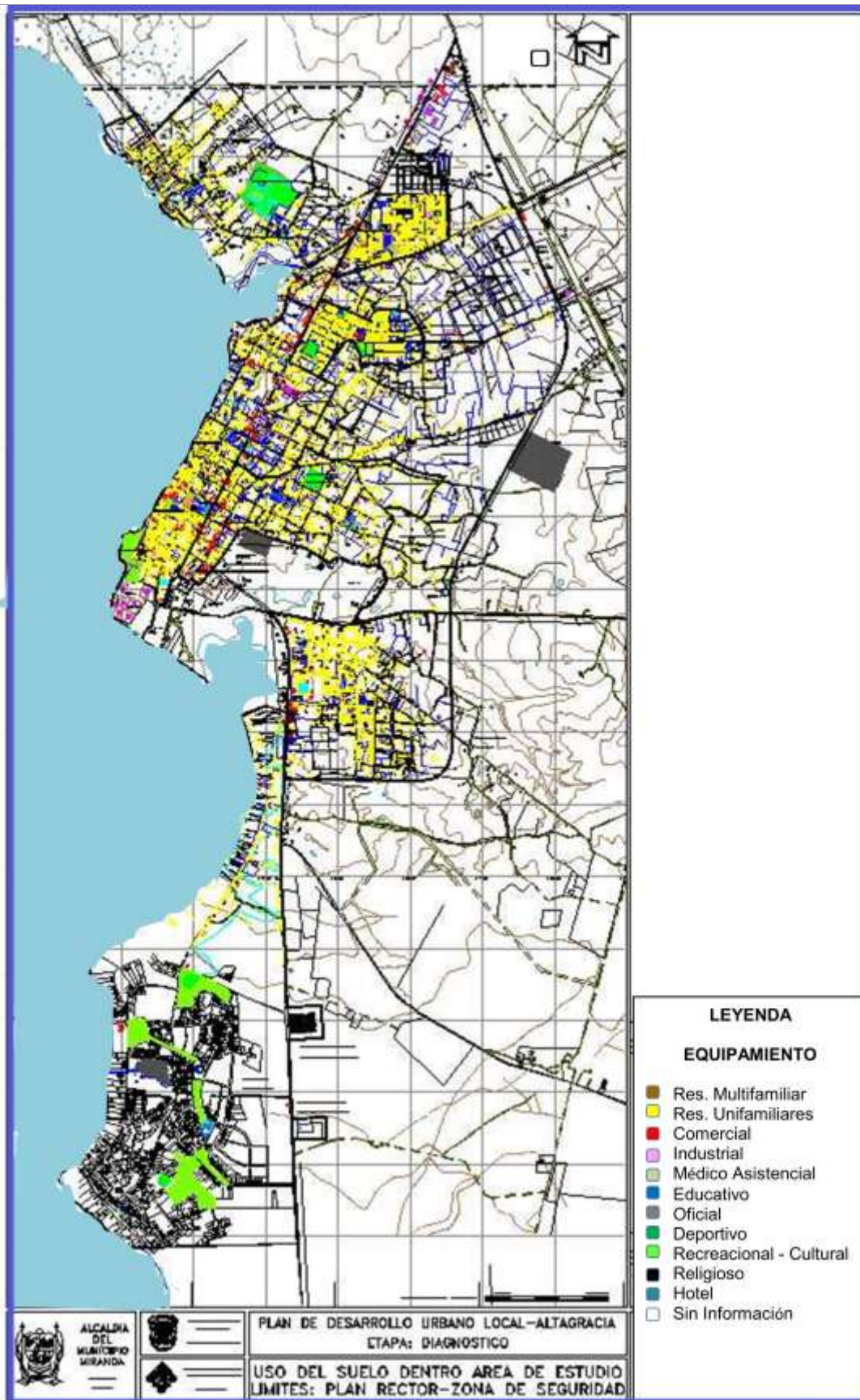
Guardacostas y Defensa Civil

Polimiranda

Guardia Nacional

Foto 6. Seguridad y Defensa en Temporadas vacacionales

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Images 2014



Plano 5. Uso del suelo área urbana de la parroquia Altagracia

Fuente: Alcaldía del Municipio Miranda. PDUL Altagracia 1997. Actualización: Luzardo, 2013

C. Servicios de Infraestructura

El servicio de agua potable es abastecida por la COMPAÑÍA ANÓNIMA HIDROLÓGICA DEL LAGO DE MARACAIBO (HIDROLAGO) a través del acueducto del municipio que es alimentado desde el Embalse de Tulé, que suministra para todo el Municipio Miranda incluyendo para la empresa petrolera como PETROQUÍMICA DE VENEZUELA, SA (PEQUIVEN) en el Complejo Petroquímico de El Tablazo “Ana María Campos” y PETRÓLEOS DE VENEZUELA, SOCIEDAD ANÓNIMA (PDVSA) con el Puerto de Embarque Petrolero “Puerto Miranda” ubicadas en la parroquia vecina San José. Sin embargo, el mismo no es constante ya que el servicio se ve racionalizado dada la alta demanda.

Las aguas servidas son recolectadas por sistema de cloacas y trasladadas a una (1) planta de tratamiento, para luego ser vaciadas al Lago de Maracaibo, las cuales muchas veces se colapsan. La recolección de basura es un servicio domiciliado cuya frecuencia es de dos (2) o tres (3) veces por semana, encargándose de prestar servicio gratuitamente la Alcaldía Bolivariana de Miranda.

En cuanto a la energía eléctrica es suministrada por la empresa ENERGÍA ELÉCTRICA DE LA COSTA ORIENTAL (ENELCO), prestando según la información manejada un buen servicio. El gas doméstico es servido a través de una (1) red de abastecimiento, por una (1) empresa denominada GAS DE MIRANDA, CA (GASMICA), perteneciente a la Alcaldía Bolivariana de Miranda.

Los servicios de telecomunicaciones por suscripción están determinadas por la telefonía fija, móvil, inalámbrica e Internet Banda Ancha Fija y Móvil; una (1) empresa pública representada por COMPAÑÍA ANÓNIMA TELÉFONOS DE VENEZUELA (CANTV) y su filial MOVILNET, SA, las cuales prestan como complemento al servicio casetas y antenas ubicadas en algunos puntos de la ciudad. Igualmente se cuenta con antenas de dos (2) telefónicas privadas: TELEFÓNICA MÓVIL DE VENEZUELA, COMPAÑÍA ANÓNIMA ((MOVISTAR) y CORPORACIÓN DIGITEL, CA (DIGITEL).

También se cuenta con: tres (3) emisoras de radio local y una (1) línea de televisión por suscripción; así como, un (1) periódico semanario mirando “Blanco Negro” distribuido en todo el Municipio y el mismo fue fundado en el año 1998, manteniendo un servicio ininterrumpido de información a la población sobre cualquier hecho noticioso importante o evento que ocurra en el Municipio.

4.2 Superestructura Turística

Para dar cumplimiento con el objetivo relacionado con la “Identificar elementos de la superestructura turística” que dirigen y regulan las actuaciones para preservar el Patrimonio Cultural de Los Puertos de Altagracia, es importante conocer el marco de referencia en cuanto a la planificación, los instrumentos normativos y los actores que directa o indirectamente tengan inherencia con el turismo y la conservación que podrían influir en la puesta en valor del casco histórico y frente de agua de la ciudad de Los Puertos de Altagracia.

4.2.1 Instrumentos de Planificación

Es importante revisar los distintos instrumentos de planificación que reflejan los diferentes planes territoriales de actuación. Tanto nacionales como estatales y municipales, señalando la relación de los mismos con el área de estudio.

En el ámbito nacional, los instrumentos legales abarcan: el Plan Nacional de desarrollo Económico Social de la Nación (Ministerio de Planificación y Desarrollo, 2001-2007); El Plan Nacional Estratégico de Turismo (2003-2007), Plan Nacional Estratégico del Turismo 2007-2012, Plan de Marketing Turístico de Venezuela entre otros. Y en el ámbito Estatal se reflejan los elaborados por instancias del estado que responden alineamientos nacionales y que presentan inherencia y relación con el tema en estudio. Y finalmente en relación a los Municipales los instrumentos de planificación elaborados por las Alcaldías y los entes municipales, que presentan inherencia y relación a la ocupación (Tablas 21 y 22).

Tabla 21. Instrumentos de Planificación Nacional

Ámbito Geográfico de Actuación	Instrumento de Planificación	Organismo y/o Institución	Relación con el Estudio
NACIONAL	1. Plan de Desarrollo Económico Y Social de la Nación (2013-2017)	República Bolivariana de Venezuela- Ministerio de Planificación y Desarrollo	Masificar una cultura que fortalezca la identidad nacional, latinoamericana y caribeña ampliar los espacios de participación ciudadana en la gestión pública
			Desarrollar el modelo productivo endógeno como base económica del país y alcanzar un crecimiento sostenido
			Mejorar la infraestructura para la integración con América Latina y el Caribe
			Integrar y desarrollar el territorio nacional a través de ejes y regiones
			Ordenar el territorio asegurando la base de sustentación ecológica
			Fortalecer la integración latinoamericana y caribeña
	Programa de la Patria (2013-2019)	República Bolivariana de Venezuela- Ministerio de Planificación y Desarrollo	2.2.1.10. Potenciar las Expresiones Culturales del país.
			2.2.1.21. Impulsar la formación, capacitación y financiamiento para unidades socio-productivas, con el fortalecimiento de 2345 consejos comunales y comunas socialista indígenas mediante financiamiento de proyectos, respetando sus prácticas y formas de organización tradicionales

Fuente: Elaboración propia a partir de revisión documental, 2013

Tabla 21. Instrumentos de Planificación Nacional (continuación)

Ámbito Geográfico De Actuación	Instrumento De Planificación	Organismo y/o Institución	Relación Con El Estudio
NACIONAL	Programa de la Patria 2013-2019	República Bolivariana de Venezuela- Ministerio de Planificación y Desarrollo	<p>2.3.2.1. Lograr la consolidación de un sistema de articulación entre las diferentes instancias del poder popular con el fin de trascender la acción local al ámbito de lo regional y nacional, rumbo a la construcción de un subsistema de Comunas, Distritos Motores de Desarrollo y Ejes de Desarrollo Territorial, en consonancia con las potencialidades territoriales y acervo cultural de los habitantes.</p> <p>2.3.2.2. Instaurar la noción de corresponsabilidad en torno al proceso de planificación comunal, regional y territorial para impulsar la participación corresponsable de la organización popular en el estudio y establecimiento de los lineamientos y acciones estratégicas para el desarrollo de planes, obras y servicios en las comunidades y regiones.</p> <p>2.5.3.1. Planificar y ejecutar la transferencia de competencias a las Comunas, consejos comunales, mesas técnicas de servicios, a los movimientos de pobladores, pueblos indígenas, a los consejos de trabajadores, mantenimiento y conservación de áreas urbanas, prevención y protección comunal, construcción de obras y prestación de servicios públicos, entre otros</p> <p>2.5.3.3. Implementar, a través del Consejo Federal de Gobierno, un sistema de planificación con los Estados y Municipios para el desarrollo territorial productivo de la Nación, mediante el desarrollo de los Distritos Motores de Desarrollo, así como la elaboración de sistemas de gestión compartidos, en función de garantizar el mantenimiento de la vialidad, el saneamiento ambiental y la infraestructura social en todo el territorio nacional</p> <p>2.5.7.1. Fortalecer la soberanía comunicacional, divulgando nuestro patrimonio cultural, geográfico, turístico y ambiental, así como el desarrollo productivo y político, con miras al fortalecimiento de los procesos de integración y unidad latinoamericanos y caribeños.</p>
	2. Plan Nacional Estratégico (2013-2020).	Ministerio del Poder Popular para el Turismo	<p>Tres líneas fundamentales (Se encuentra en fase de consulta pública)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El desarrollo del turismo como una actividad socio productiva 2. La potenciación del turismo nacional, 3. El posicionamiento internacional de Venezuela como destino turístico que contribuirá al crecimiento del turismo receptivo (llegada de visitantes internacionales al país). <ol style="list-style-type: none"> 1. Consolidar el turismo como agente dinamizador del desarrollo económico, con énfasis en la inclusión socio-productiva de las comunidades, prestadores de servicios e industrias conexas 2. Impulsar la participación de las comunidades organizadas y demás sectores sociales en las áreas turísticas. 3. Garantizar el desarrollo de la infraestructura, equipamiento y calidad del servicio turístico a través de acciones coordinadas entre los actores que integran el Sistema Turístico Nacional, para asegurar la satisfacción de las necesidades sociales de descanso, recreación y esparcimiento 4. Fortalecer el desarrollo de valores, conocimientos, habilidades y destrezas para generar una cultura de atención y prestación de servicios turísticos efectivos que favorezca a todos los sectores que hacen vida en las áreas de interés turístico 5. Promover y posicionar el patrimonio turístico natural, cultural, histórico y religioso de Venezuela a nivel nacional e internacional garantizando la conservación del medio ambiente y fortalecimiento de la identidad nacional.
	4. Plan de Marketing Turístico de Venezuela.	INATUR. 2002 (Elaborado por THR Asesora de turismo, Hotelería y recreación)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se elaboran planes por producto. 2. Se introduce el concepto de <i>Clúster</i>. 3. Se introducen marcas y sellos de productos, Se propone en el Estado Zulia, Solo en Maracaibo Incentivar el turismo de reuniones (Congresos, Convenciones y Viajes incentivos). Se observa que el área de estudio no fue considerada.

Fuente: Elaboración propia a partir de revisión documental, 2013

Tabla 22. Instrumentos de Planificación Estatal, Municipal y Local

Ámbito Geográfico De Actuación	Instrumento De Planificación	Organismo y/o Institución	Relación Con El Estudio
ESTADAL	1. Plan de Desarrollo Endógeno Local. 2005	CORPOZULIA	1. Conformación de núcleo de desarrollo endógeno. 2. El Estado Zulia posee 24 NDE (núcleo de desarrollo endógeno).
	2. Plan Integral de Desarrollo turístico del Estado Zulia. CORPOZULIA-CONZUPLAN-LUZ, 1990	CORPOZULIA-CONZUPLAN-Universidad del Zulia	1. Define el aria del Municipio Miranda con vocación para el turismo de Playa-cultural.
	3. Plan Operativo (2013-2019).	Gobernación del Estado Zulia-Cooperación zuliana de Turismo.	1. Localización del eje de desarrollo turístico de la COL (costa oriental del lago), desarrollo de muelle de transporte turístico, bulevares costaneros, módulos de información turística, rescate de arias patrimoniales. 2. Persigue la sensibilización de las comunidades. 3. Posicionamiento del Zulia como destino turístico. 4. Optimización de recursos y/o atractivos. 5. definición de aria de investigación en el municipio Miranda
	4. Plan Prospectivo Estratégico "Zulia Tercer Milenio" (2001-2020). 2000.	IESA	1. Considerar en el Zulia el desarrollo de un turismo especializado de eventos, ecoturismo y turismo cultural. El Municipio Miranda identifica: Playas y Cultura.
MUNICIPAL	1. Programa de Gobierno del Municipio Miranda	Alcaldía del Municipio Miranda	1. Apoya el desarrollo endógeno y por ente el aprovechamiento de los recursos del Municipio Miranda en general. Aria cultural: Recuperación del cultural, realización de encuentros culturales. Aria de turismo y recreación:, realiza el sistema de información y señalización turística, museo vial, capacitación y adiestramiento turístico, Fomentar Circuitos Turísticos, entre otros.
LOCAL	1. Informe técnico. Desarrollo Turístico del Eje de la COL. 2003.	CORZUTUR	1. Se definen las condiciones de deterioro que presentan los balnearios del Municipio Miranda.
	2. Diagnóstico del Municipio Miranda. 2003.	CORPOZULIA	1. Indica como centro primario del turismo al Municipio Miranda. 2. Proyecto de Señalización del Municipio

Fuente: Elaboración propia a partir de revisión documental, 2013

4.2.2 Instrumentos Legales

Estos instrumentos se desarrollan considerando todas aquellas normativas y regulaciones que tienen relación e inherencia sobre el turismo y el patrimonio cultural y su aplicación en todos los niveles del territorio Nacional, Estatal y Municipal, es de hacer referencia que previamente en páginas anteriores se hizo alusión sobre la situación de la conservación y preservación del patrimonio, comentario y citando algunas leyes (Tablas 23 a 25).

Tabla 23. Instrumento Legales Nacionales de Venezuela

Ámbito Geográfico	Normas Jurídicas	Organismo y/o Institución Vinculada	Relaciones Con El Estudio
NACIONAL	1. Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial N° 36.860. Caracas. Fecha 30/12/1999.	Ejecutivo Nacional	1. Art.310, actividad económica de interés nacional prioritaria para el país en su estrategia de diversificación y desarrollo sostenible.
			2. Art. 62, Derecho de participación libre a los ciudadanos y ciudadanas en los asuntos públicos.
	2 Ley Orgánica de Turismo (2012) Gaceta Oficial N° 39.955. Caracas 29/06/2012.	El Ministerio del Poder Popular con competencia en turismo	3. Art. 70, Las asambleas como medio de participación y protagonismo del pueblo.
			4- Art. 99. Estado garantizará la protección y preservación, enriquecimiento, conservación y restauración del patrimonio cultural tangible e intangible y la memoria histórica de la Nación.
3. Ley Orgánica de Ambiente. Gaceta Oficial N° 31.004. Caracas. Fecha 16/06/1976.	El Ministerio del Poder Popular con competencia en turismo	5. Art. 184, Descentralización y transferencia a las comunidades y grupos vecinales organizados los servicios que estos gestionen previa demostración de su capacidad para prestarlos.	
		5. Art. 127 y 129, Patrimonio cultural.	
4. Ley Orgánica de Espacio Acuático e insulares. Gaceta Oficial Extraordinaria N° 37.290. Fecha 01/09/2001.	MINTUR	Art 4. Se considera potencialmente turístico, por sus atributos naturales, sociales, físicos, ambientales y culturales, susceptibles para el desarrollo de la actividad turística, con tratamiento integral en su planificación, promoción y comercialización dentro y fuera del territorio nacional, el cual debe estar orientado al beneficio de las comunidades	
		Art. 10. Apoyar la actividad turística, la incorporación de las comunidades organizadas en Instancias del Poder Popular y demás formas de participación...	
			Art. 33. Los Municipios, en lo que compete a su ámbito territorial, y dentro de un marco de cooperación y coordinación con el Poder Público Nacional y Estatal, en concordancia con los lineamientos dictados por el Ministerio del Poder Popular con competencia en turismo, con la incorporación y participación de las comunidades organizadas...
			Art. 69. De los incentivos
			1.- Rebaja del impuesto sobre la renta calculada hasta un setenta y cinco por ciento (75%) del monto incurrido en nuevas inversiones destinadas a la construcción de establecimientos de alojamientos turísticos; a la prestación de cualquier servicio turístico o a la formación y capacitación de sus trabajadores; a la ampliación, mejora, equipamiento o al reequipamiento de las edificaciones o servicios turísticos existentes...
			2.- Rebaja del Impuesto sobre la Renta calculada hasta un setenta y cinco por ciento (75%) del monto incurrido en nuevas inversiones destinadas sólo a fines turísticos en el área rural o suburbana, en hatos, fincas, desarrollos agrícolas y campamentos, la ampliación, mejoras...
			Arts. 99 y 100. Plantea promover el desarrollo de la actividad turística con el resguardo del medio ambiente, exigiendo adicionalmente a los prestadores de servicios y turistas la protección y respeto por las manifestaciones culturales, populares, tradicionales y las formas de vida de la población
			1. Art. 1, Declara de utilidad pública la conservación, defensa y mejoramiento del ambiente.
			2. Art. 20, Determina las actividades capaces de alterar los ecosistemas naturales.
			1. Art. 5, Recula los espacios acuáticos e insulares de Venezuela.
			2. Declara de interés público todo lo relacionado con los espacios acuáticos e insulares, al transporte y a las actividades conexas al mismo.

Fuente: Elaboración propia a partir de revisión documental, 2013

Tabla 23. Instrumento Legales Nacionales de Venezuela (continuación)

Ámbito Geográfico	Normas Jurídicas	Organismo y/o Institución Vinculada	Relaciones Con El Estudio
NACIONAL	5. Ley de Protección y Defensa de Patrimonio Cultural. Gaceta Oficial N° 4623. Fecha 03/08/1993	IPC	<p>1. La defensa del patrimonio cultural es obligación del estado y la ciudadanía.</p> <p>2. El IPC establecerá coordinación con los Estado y Municipios.</p> <p>3. Art. 5 y 6, Definición de (3) figuras legales de protección: Bien sea de interés cultural, Monumento nacional, y/o sitio de patrimonio Histórico o Arqueológico.</p> <p>4. Los procesos de restauración y revitalización de los bienes deben cumplir con las normas y reglamentos establecidos por el IPC.</p>
	6. Junta Nacional Protectora y Conservación del Patrimonio Histórico y Artístico Gaceta Oficial N° 32, 201 (1981)	Acervo Histórico de la Nación,	Art 2: Declara; "Sitio de Valor Histórico Nacional", dadas las características de gran valor ambiental, tradicional e histórico que lo hacen merecedor de ser conservado como referencia urbanística de particular contenido y más cuando en ese lugar se desarrolla rápidamente un gran centro industrial que puede afectar las estructuras existentes.
	7. Ley de Consejo Nacional de Cultura	Consejo Nacional de la Cultura (CONAC)	Art. 4. Define como área de interés prioritario la producción, formación especializada, promoción, investigación e incremento (...) patrimonio arquitectónico, arqueológico, histórico.
	8. Ley Orgánica del Poder Municipal (2005)		Art. 62. Los municipio con vocación turística dictaran los planes locales de turismo para promover y desarrollar esa actividad conjuntamente con los sectores público y privado en sitio de interés turístico; la actividad turística ha de ser concebida en todo momento como un medio, más que como un fin en sí mismo, que puede coadyuvar, junto con otras actividades económicas, a la consecución de mayores niveles de desarrollo económico y social de la población local.
	9. Ley Para la Integración de Personas Incapacitadas (1993)		1. La construcción, aplicación y reforma de instalaciones de uso público deberán considerar la accesibilidad y utilidad de las personas con discapacidad.
	10. Ley de los Consejos Locales de Planificación Pública Municipal. Gaceta Oficial N° 37.463.Fecha 06/12/2002	CLPPM	<p>1. Art.2, Son instancias de participación, articulación e integración entre las diversas organizaciones comunitarias, grupos sociales y los ciudadanos y ciudadanas, que permiten al pueblo organizado ejercer directamente la gestión de las políticas públicas.</p> <p>2. Promoción de red de consejos parroquiales y comunales en cada comuna.</p> <p>3. Obliga a las alcaldías a darle curso a los proyectos que la comunidad presente.</p>
	11. Ley de Zonas Especiales de Desarrollo Sustentable. Gaceta Oficial N° 5.556. Fecha 13/11/2001	ZEDES	<p>1. Nuevas estrategias de ocupación del territorio.</p> <p>2. Decretos de zonas especiales de desarrollo sustentables.</p> <p>3. Propicia mecanismos de financiamiento, asistencia técnica, vinculación internacional y otros incentivos y facilidades enmarcadas dentro de la creación de cada una de la ZEDES.</p>
	12. Ley de Zonas Costera. Gaceta Oficial N° 37.319. Fecha 07/11/2001	MARNR	<p>1. Art. 3, Son zonas costeras: los humedales costeros, las playas, estuarios y otros.</p> <p>2. Art. 9, Es de dominio público el espacio acuático adyacentes a las zonas costeras y a la franja terrestre (80m en adelante en proyección vertical).</p> <p>3. Restringe actividades como: construcción de instalaciones e infraestructura que disminuya el valor paisajístico de la zona, el aparcamiento y circulación, la generación de ruido y la extracción de arena y otros.</p> <p>4. Prohíbe, la disposición final o temporal de escombros, la colocación de vallas publicitarias, la extracción de arena y otros minerales en la playa.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de revisión documental, 2013

Tabla 24. Instrumentos Legales Estadales de Venezuela

Ámbito Geográfico	Normas Jurídicas	Organismo y/o Institución Vinculada	Relaciones Con El Estudio
ESTADAL	Constitución del Zulia. Gaceta Oficial. Extraordinaria Nº 772. Fecha 13/08/2003	Gobernación del Estado Zulia	En su Art. 26, parte 1, establece la planificación del desarrollo integral y en la parte 25, la proporción y el desarrollo del turismo, como competencias concurrentes. El Art. 30, representa un apoyo claro al proceso de descentralización y trasferencia de competencia hacia los Municipios. Con el Art. 36, se da respuesta al Art. 166 de la constitución nacional al establecer la conformación del consejo estatal de planificación y coordinación de políticas públicas. El Art. 79, Atribuciones del gobernador, aparte 24, establece la obligatoriedad de velar por el cumplimiento de los planes de inversión, de desarrollo económico y social del Estado.
	Ley de División Político Territorial del Estado Zulia. Decreto Nº 184. Gaceta Oficial Nº 354. Extraordinaria. Fecha 02/09/96.	Gobernación del Estado Zulia	Se dividen en unidades administrativas, denominadas, subregiones, municipios y parroquias, en concordancia con los artículos 13 y 62 de la Ley Orgánica para la Ordenación del Territorio.
	Ley de Turismo del Estado Zulia. Gaceta Oficial Nº 458. Extraordinaria. Fecha 24/04/1998.	CORZUTUR	Es un instrumento de importancia para impulsar la descentralización del turismo y la consecuente asignación de recurso para el impulso del turismo en el Estado Zulia. Art. 5, Es competencia de la corporación zuliana de turismo fomentar y estimular los aspectos socio-económicos, culturales y tradicionales de las comunidades indígenas. Art.8 y 7 contempla orientar la ejecución de programas y proyectos de desarrollo turístico y Nº 8, fomenta la publicidad y la propaganda y Nº 9, fomenta la capacitación.
	Ley de Cultura del Estado Zulia. Consejo Legislativo del Estado Zulia. Gaceta Oficial Nº 593. Extraordinaria. Fecha 29/05/2000.	Ministerio de la Cultura Secretaría de Cultura de la Gobernación del Estado Zulia Acervo Histórico del Estado Zulia Instituto del Patrimonio Cultural-Delegación Zulia.	Art. 1. El estado Zulia reconoce y asume la cultura en todas sus expresiones y manifestaciones como el fundamento que identifica, preserva y desarrolla la particularidad, la identidad y la pertenencia consiente del pueblo a su historia. Art. 2.El estado Zulia garantiza los recursos necesarios y suficientes para la creación, difusión, preservación y desarrollo cultural así como la infraestructura para tales fines, según proyectos y programas, debidamente sustentados en correspondencia con el artículo anterior.
	Ley para la Protección e Integración de las Personas Discapacitadas en el Estado Zulia. Gaceta Oficial del Estado Zulia Nº 662 Extraordinaria. Fecha 06/06/2001.	Gobernación del Estado Zulia	1. Título II, derechos y deberes: derecho a recibir las facilidades y servicios para su libre motivación y desplazamiento, en la vía pública, edificios públicos o privados, centros de trabajo, comerciales, deportivos o recreacionales, eliminando la barreras tanto sociales como ambientales que limiten acceso y movilización a esos lugares. Es deber de la empresa pública o privada de trasporte terrestre, acuático, aéreo, marítimo, lacustre o fluvial, otorgar preferencias a estas personas para el acceso y evacuación de las naves y brindarles máximas facilidades para llevar sus equipos, dispositivos auxiliares entre otros.

Fuente: Elaboración propia a partir de revisión documental, 2013

Tabla 25. Instrumentos Legales Municipales de Venezuela

Ámbito Geográfico	Normas Jurídicas	Organismo y/o Institución Vinculada	Relaciones Con El Estudio
MUNICIPAL	Ordenanza sobre la organización y funcionamiento del Consejo local de Planificación.	Consejo Local del Municipio Miranda.	En el Art. 12, Capítulo III: Funciones del consejo local de planificación publica se pueden mencionar algunas funciones que de algún modo relacionarse con el tema en estudio, entre ellos se encuentra: coordinar con el consejo de planificación y coordinación de políticas públicas y el consejo federal de gobierno, los planos y proyectos que estos elaboren en el marco de sus competencias, tomando en cuenta los planes y proyectos en el municipio Miranda; colaborar con la realización de los planes de desarrollo urbano y las normativas de zonificación; impulsar y planificar la transferencia de servicios y recursos que el Municipio realice hacia la comunidad organizada; colaborar en la elaboración de planes locales de desarrollo urbano y las normativas de zonificación cuya competencia le corresponde al Municipio.
	Ordenanza sobre declaratoria como Área de Protección Histórico 1999	Alcaldía del Municipio Miranda.	Art. 1 Se Declara Sitio de Valor Histórico Nacional al casco Urbano de Los Puertos de Altagracia. Art. 2 El Área de Protección Histórica es una poligonal cerrada, coordinada transcrita en la Gaceta Oficial. Art. 3 Queda prohibido: a- Se prohíbe la construcción o remodelaciones civiles en el área del Casco Histórico. b- La instalación permanente de Kioscos, estructuras para el comercio buhoneril y talleres mecánicos ambulantes. c- Arrojar escombros, basura, y desperdicios en aceras y sitios públicos. d- Colocar afiches publicitarios, políticos o comerciales, pintar con propaganda política y deteriorar las paredes de las residencias y los sitios públicos del área histórica.
	Ordenanza sobre Turismo y recreación del Municipio	Alcaldía del Municipio Miranda.	Dirigida a la promoción y estímulo del turismo y la conservación, defensa, mejoramiento, protección y construcción en aquellos lugares que por su belleza escénicas o valor histórico tenga importancia turística y recreativa. Además, crea la Dirección Municipal de Turismo la cual propone campañas de concientización turística, en todo los niveles.

Fuente: Elaboración propia a partir de revisión documental, 2013

4.2.3 Actores

Los principales actores o instituciones públicas y privadas con inherencia directa o indirecta a nivel nacional estatal, municipal vinculadas con el desarrollo del turismo y la protección del patrimonio cultural de la ciudad de Los Puertos de Altagracia y municipio Miranda (Tablas 26 a 28).

Tabla 26. Actores o Instituciones a nivel Nacional

ÁMBITO GEOGRÁFICO	NORMAS JURÍDICAS	OBJETO
NACIONAL	Ministerio del Poder popular para el Turismo, MINTUR	Órgano rector y máxima autoridad administrativa en la actividad turística, encargado de formular, planificar, dirigir, coordinar, evaluar y controlar las políticas y planes, programas proyectos y acciones estratégicas destinadas al desarrollo y fortalecimiento sustentable del territorio nacional como destino turístico, orientado al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades receptoras de la actividad turística (Art. 8). Existen tres (3) viceministerios: gestión del desarrollo turístico; calidad y servicios turísticos; y, proyectos y obras turísticas.
	Instituto Nacional de Turismo - INATUR	Instituto autónomo adscrito al MINTUR y tendrá por objeto la capacitación y formación de las ciudadanas y ciudadanos para el desarrollo del turismo, atendiendo especialmente aquellas actividades educativas que procuren el desarrollo y fortalecimiento de las comunidades organizadas, consejos comunales y demás formas de participación popular, así como la promoción nacional e internacional de la República Bolivariana de Venezuela (Art. 11).
	Venezolana de turismo, SA VENETUR	Tienen como propósito desarrollar todas las actividades relacionadas con la comercialización y mercadeo de los productos turísticos nacionales e internacionales; la elaboración y comercialización de paquetes turísticos; gestión y administración hotelera y alojamiento en general; comercialización y organización de eventos, transporte multimodal destinado a la actividad turística, en fin todo objeto de lícito comercio relacionado con el área de turística (MINTUR, 2012).
	Ministerio del Poder Popular para el Ambiente y los Recursos Naturales	Órgano Rector del poder Ejecutivo Nacional, responsable de formular, planificar, dirigir, ejecutar, coordinar, controlar y evaluar las políticas, planes, programas, proyectos y actividades estratégicas para la gestión del ambiente.
	Ministerio del Poder Popular para la Cultura	Órgano Rector del Poder Ejecutivo Nacional, responsable de formular, planificar, dirigir, ejecutar, coordinar, controlar y evaluar, las políticas, planes, programas, proyectos y actividades estratégicas para la gestión cultural.
	Instituto de Patrimonio Cultural - IPC	Ente adscrito al Ministerio del Poder Popular para la Cultura, encargado de la protección y defensa cultural, material y espiritual de los bienes muebles e inmuebles, poblaciones, sitios, monumentos, música, lengua, creencias, testimonios, costumbres, documentos, obras, entornos naturales y paisajísticos, rurales o urbanos y cualesquiera manifestaciones u objetos que poseen valor histórico, cultural, artístico, arquitectónico, folklórico, social, arqueológico y paleontológico, hallados en el país, que se encuentren bajo cualquier titularidad.
	Instituto Nacional de Espacio Acuáticos, INEA	Ente adscrito al Ministerio del Poder Popular con competencia en infraestructura y transporte, es el órgano rector de la navegación marítima, fluvial y lacustre destinada al transporte de personas y bienes, a la pesca, al turismo, al deporte, a la recreación y a la investigación científica; así como, lo relacionado a la materia portuaria, y cualquier otra que le señale la ley. Cabe señalar que, le corresponde contribuir a mejorar la calidad de vida a las comunidades aledañas a las zonas costeras e insulares y a la consolidación de núcleos de desarrollo endógeno. Además, supervisar y controlar en coordinación con ministerios del ambiente y seguridad y defensa, los vertimientos y otras sustancias contaminantes que pueden afectar los espacios acuáticos y portuarios. Art. 74
	Fondo Nacional de los Consejos Comunales, FNCC	Servicio Autónomo dependiente. Ministerio del Poder Popular para las Finanzas, creado para el manejo financiero de los recursos asignados a los Consejos Comunales para la ejecución de proyectos comunitarios, sociales y productivos.
	Instituciones de servicios financieros	Establecer los mecanismos para promover, fomentar e impulsar la actividad turística, mediante el otorgamiento de financiamiento oportuno, bajo una visión humanista, procurando la diversificación socioeconómica y el equilibrio productivo, con la finalidad de vigorizar el sector con criterios de sustentabilidad, sostenibilidad, desarrollo endógeno, equidad y justicia social (Art 1)

Fuente: Elaboración propia a partir de revisión documental, 2013

Tabla 27. Actores o Instituciones a nivel Estatal

ÁMBITO GEOGRÁFICO	ACTORES O INSTITUCIONES	OBJETO
ESTADALES	Corporación de Desarrollo de la Región Zuliana (CORPOZULIA)	Ente que depende del Ministerio de la Secretaría de la Presidencia de la República, cuyo objetivo es planificar, promover y conducir el desarrollo social y económico de manera armónica e integral de toda la región zuliana. Posee una gerencia de desarrollo económico, donde se encuentra la actual dirección de desarrollo turístico.
	Corporación Zuliana de Turismo (CORZUTUR)	La Corporación Zuliana de Turismo (CORZUTUR), órgano rector y ejecutor de la política turística estatal adscrito a la Secretaría de Desarrollo Económico de la Gobernación Bolivariana del Zulia, es una organización dedicada a orientar, fomentar, coordinar, promocionar, asesorar y controlar las actividades turísticas de este importante polo de desarrollo que es el Zulia, estimulando en el sistema turístico del estado-desde el poder popular hasta el sector privado- el resguardo del patrimonio histórico, cultural, recreacional y ambiental, sensibilizando y concienciando al pueblo zuliano para posicionar a la región como un destino turístico atractivo en el ámbito nacional e internacional. Entre sus objetivos está: Crear un Sistema de Calidad Turística Regional como un sistema vivo, en permanente evolución y capaz de ir adaptándose a las circunstancias del entorno y de anticipar las contrariedades que pudieran enfrentar los integrantes del Sistema Turístico Regional. Sensibilizar al ciudadano zuliano sobre la importancia de preservar nuestro patrimonio regional, reconociendo la necesidad de contribuir al desarrollo de la actividad turística. Promover un turismo receptivo que dinamice y dé a conocer el producto turístico que posee la región en el ámbito regional, nacional e internacional.
	Cámara de Turismo del Estado Zulia (CATURZULIA)	Anteriormente Cámara Zuliana de Turismo. Asociación civil cuyo objetivo es "promover y fomentar el desarrollo del turismo en el Estado Zulia, así como proteger y defender los intereses legítimos de sus afiliados". Entre sus miembros se agrupan personas jurídicas que realizan actividades de carácter turístico y a personas naturales o jurídicas reconocidas por su importante colaboración y apoyo a la actividad, igualmente diferentes prestadores de servicios como alojamiento, agencias de viajes y transporte turístico, entre otros.
	Cámara Hotelera del Zulia (CAZUTUR). Ente Privado	Ente privado encargada de estudiar y recomendar medios para promover, defender y desarrollar intereses y el bienestar de la industria hotelera, estimulando así el incremento del turismo nacional e internacional. Procura liderizar la coordinación de actividades y organismos relacionados a la industria turística.
	Acervo Histórico del Estado Zulia	Adscrito a la Secretaría de Cultura de la Gobernación. El Acervo Histórico tiene como finalidad realzar la vida histórica del estado Zulia, dando a conocer y proyectando su potencial histórico - documental. Para ello establecerá políticas y estrategias destinadas a asegurar la valoración, estudio, conservación y proyección de todo lo histórico - geográfico que pueda dinamizar el completo desarrollo de la comunidad zuliana, permitiendo el acceso al acervo documental histórico a todos los ciudadanos del Estado y el país, con especial atención a los distintos organismos de la administración pública centralizada y descentralizada, y a los investigadores que requieran de sus servicios.

Fuente: Elaboración propia a partir de revisión documental, 2013

Tabla 28. Actores o Instituciones a nivel Municipal y Local

ÁMBITO GEOGRÁFICO	ACTORES O INSTITUCIONES	OBJETO
MUNICIPALES Y LOCALES	Alcaldía Bolivariana del Municipio Miranda	Conformada por: diferentes direcciones y gerencias entre ellas: Dirección de Cultura del Municipio Miranda, de Turismo y Recreación, de Relaciones Públicas y Eventos Especiales, de Desarrollo Social, de Infraestructura, Gerencia de Acervo Histórico, Oficina Municipal de Planificación (OMPU), Funda Ferias. Instituto de Cultura y Educación Ramón García Olivero (INCERGO); de Servicios Públicos encargados de velar por la limpieza pública, ornato, ferias y fiestas, desarrollo físico de las comunidades, equipamiento urbano entre otros.
	Concejo Local de Planificación Pública (CLPP)	Tiene la responsabilidad del desarrollo sostenible del municipio, son los encargados de considerar y estudiar, de manera acertada las necesidades de la comunidad, por lo que, el trabajo mancomunado con los representantes de este organismo, incide de manera significativa en la elaboración del proyecto en curso. Son instancias de participación, articulación e integración entre las diversas organizaciones comunitarias, grupos sociales y los ciudadanos y ciudadanas, que permiten al pueblo organizado ejercer directamente la gestión de las políticas públicas y proyectos orientados a responder a las necesidades y aspiraciones de las comunidades en la construcción de una sociedad de equidad y justicia social.
	Consejos Comunales	Los pobladores tendrán que administrar, diseñar proyectos, planificar propuestos, rendir cuentas, ejercer la contraloría e instrumentar políticas públicas. De allí, la importancia que se le ha atribuido como base de la comunidad, para desarrollar el turismo.
	Organizaciones no Gubernamentales (ONG's)	Conformadas por todas las organizaciones no gubernamentales existentes en la localidad con responsabilidad en el área social, cultural y económica de las comunidades: Entre estas organizaciones integradas al sector religioso representados por las Juntas Parroquiales, para las actividades programadas de fiestas patronales en diferentes capillas (pertenecientes a la Diócesis de Cabimas), así como también las organizaciones culturales y/o sociales, como FUJEMA, para eventos como los viacrucis vivientes, Orquesta Sinfónica Juvenil, Danzas Mirandinas, Patrimonio Cultural del municipio con proyección internacional, entre otras
	Prestadores de Servicios	Dueños de restaurantes, comercios, instalaciones recreativas, entre otros, encargados de la calidad comercial y productiva. Los prestadores establecerán una relación directa con el futuro turista, requiriendo calidad de atención al turista.
	Comunidad en General	Conformada por los habitantes de los centros poblados discriminados por rangos de edad como niños y jóvenes, adultos y personas de la tercera edad. Actores protagonistas principales, que deben velar por el desarrollo turístico del Municipio.
	Universidad Experimental Rafael María Baralt	Núcleo Universitario, sede Los Puertos de Altagracia, dedicado a la formación de la población altagraciana, contando con carreras muy demandadas por población de otros estados de Venezuela y países como Colombia, próximamente se tiene el estudio de comenzar con el área turística.

Fuente: Elaboración propia a partir de revisión documental, 2013

4.3 Inventario Turístico Patrimonial del Casco Histórico y Frente de Agua de Los Puertos de Altagracia.

A fin de dar cumplimiento con el Tercer Objetivo que consistió en “Identificar los principales recursos patrimoniales y turísticos con que cuenta el casco histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia”.

Es importante dejar claro que, en esta investigación como ya se mencionó, se tomó como referencia y punto de partida, para ubicar y diagnosticar los recursos con potencial turísticos del frente de agua y casco histórico de la ciudad de Los Puertos de Altagracia, seleccionando algunos inmuebles registrados y evaluados ya como Patrimonio Cultural de la Nación, a través del “I Censo y Catálogo del Patrimonio Cultural de Venezuela del Municipio Miranda Región el Lago del Estado Zulia” (Zu 14) (2004-2006), por el IPC, junto al pre-inventario de Bienes Culturales del Estado Zulia, que realizó el Instituto de Investigación de la Facultad de Arquitectura IDFA junto con el Instituto de Patrimonio y Cultura IPC en el año 1996-1997.

Dentro del proceso de planificación turística que involucra un municipio donde la capital del mismo requiere delimitar los recursos patrimoniales del casco histórico, para valorarlos turísticamente y con ello permitir la preservación de la herencia implícita, es de suma importancia analizar los recursos culturales, naturales, las facilidades turísticas y la accesibilidad al área.

Como una referencia para estudiar el área o territorio se tomó modelo propuesto, por un grupo de Investigadores de la Facultad de Arquitectura y Diseño, conocido como Sistema de Información Geográfica, para la Planificación del Turismo en el Estado Zulia (SIGTUR-ZULIA, 2000), presenta una descripción detallada de cada uno de los elementos del Sistema Turístico que tiene expresión especial en un territorio, dividido por subsistemas, dentro de los cuales se encuentran los anteriormente señalados, en este sentido, es posible estudiar el espacio o territorio con fines turístico, se forma integral a través de subsistemas, adaptándolo para la presente investigación. A continuación se presentan cada uno de los subsistemas estudiados en Los Puertos de Altagracia Recursos Naturales, Culturales, Facilidades Turísticas y Accesibilidad y Transporte (Tabla 30, Plano 6 y Anexo XI).

4.3.1 Recursos Naturales y Paisajísticos

Es importante tener en cuenta, el entorno natural por su influencia sobre el territorio, entendiendo por estos recursos todos los componentes de la naturaleza que tiene valor y utilidad para el hombre en la forma en que son encontrados, de manera que pueda “generar ganancia para la comunidad de su entorno”, considerando los principios del desarrollo sostenible (Páez 2007: 106).

Los recursos como factores de atracción que promuevan los movimientos de personas con finalidad turística y de ocio (Furió en Vera et al: 1997:266), entendiendo por estos recursos todos los componentes de la naturaleza que tiene valor y utilidad para el hombre en la forma en que son encontrados, de manera que pueda “generar ganancia para la comunidad de su entorno”, considerando los principios del desarrollo sostenible (Páez 2007: 106). Teniendo presente que la valoración que se hace de estos recursos naturales está por encima de cualquier consideración objetiva y responde a gustos, modas o tendencias entre los consumidores (Valenzuela en Vera et al. 1997).

Estos recursos naturales y paisajísticos se clasifican en sub-categorías, tipos, subtipos y nombres del recurso; dentro de estas categorías se encuentran las de

sub-categorías bióticos, abióticos, paisajístico y observatorios; entre ellos tipo de flora, fauna, clima, hídricos, costas panorámicas y observatorio.

Dentro del área de estudio se encuentran como recursos naturales y paisajísticos presentes en el frente de agua de la ciudad de Los Puertos, los correspondientes a la sub-categoría abiótico y paisajístico, determinados principalmente por el clima tropical existente en la costa y en las riveras del Lago de Maracaibo que se puede sentir y apreciar su integración con el casco histórico. Esta integración entre el área urbana y el Lago por medio del frente de agua le aporta un valor adicional debido al interés paisajístico de las visuales que se entrecruzan entre lo Natural y lo Construido.

Existen en los límites norte y sur del área del casco central zonas de manglares o ciénagas y playas que demarcan los bordes de la población denominadas: por el norte “Manglar de las Playitas” o ciénaga “El Buque”, áreas para la pesca de camarones y observación de aves y, por el sur y ciénaga de “Las Salinas”, las cuales cuentan con condiciones para la recreación y contemplación de paisaje tropical con aguas muy tranquilas ideal para la pesca y deportes acuáticos como el esquí entre muchos. En la Parroquia Faría se encuentra la “Ciénaga de los Olivitos” la cual, es un refugio de fauna silvestre y reservorio de pesca con un alto valor ecológico que atiende especificaciones del Plan Nacional de Reordenamiento Territorial de 1998, y puede integrarse turísticamente como un gran circuito ecológico (Tabla 30 y Plano 6).



Plano 6. Ubicación de los recursos abióticos

Fuente: Indriago 2011

4.3.2 Recursos Turísticos Culturales Tangibles

En el área del casco histórico de Los Puertos y en todo el frente de agua enfrentado al Lago, existen a pesar de los constantes ataques a los inmuebles decretados dentro del perímetro patrimonial, registrado nacionalmente por el Instituto de Patrimonio Cultural (IPC, 1996) a nivel nacional, y ratificado por el Instituto de Investigación de la Facultad de Arquitectura y Diseño (IFAD), para el Proyecto de Desarrollo Urbano Local de Los Puertos de Altagracia (PDUL Altagracia, 1996), para ese entonces determinaron que dentro del área colonial de Los Puertos de Altagracia, se encuentran ciento treinta y seis (136) inmuebles con valor patrimonial, de los cuales cinco (5) son espacios públicos y el resto edificaciones. “Estos inmuebles están circunscritos dentro del área que componen el casco histórico, lo cual implica una alta concentración de bienes patrimoniales, tal vez la más alta del Zulia” (IFAD, 1997: 16).

Es evidente que, cuando en el año de 1981, declaran el casco histórico de Los Puertos “Sitio de Valor Histórico Nacional”, por La Junta Nacional Protectora y Conservadora del Patrimonio Histórico y Artístico de la Nación, dada las

“características de gran valor ambiental, tradicional e histórico que lo hacen merecedor de ser conservado como referencia urbanística de particular contenido” ya se tenía temor por el deterioro que se pudiera causar al espacio urbano producto de que “en ese lugar se desarrolla rápidamente un gran centro industrial que puede afectar las estructuras existentes”.

Estas edificaciones, consideradas de valor patrimonial y por lo tanto como objeto de estudio dentro del Casco Histórico de Los Puertos, por su estado de conservación y el nivel de representatividad que se tiene según estudio realizado por el Instituto de Patrimonio y Cultura (IPC), y el Instituto de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura (IDFA), de la Universidad del Zulia se encuentran entre otras:

- Iglesia “Nuestra Señora de Altagracia”.
- Centro Histórico de Los Puertos de Altagracia.
- Casa Museo “Gabriel Bracho”.
- Museo del Hombre.(Museo arqueológico).
- Restos de la Casa “Ana María Campos”
- Casa Mansión de los Lobos.
- Casa de los Balcones; entre otras.

Dentro de estos inmuebles se encuentra la Iglesia “Nuestra Señora de Altagracia”, cuya primera construcción data de 1625, actualmente es una joya arquitectónica patrimonial por su arquitectura ecléctica con rasgos de estilo colonial, ubicada al frente de la Plaza Miranda. En cuanto a los museos, el centro urbano posee tres (3) grandes obras como son: el Centro Histórico, la Casa Museo Gabriel Bracho y el Museo del Hombre. Estos son lugares donde la gente puede percibir los orígenes arqueológicos, sociales, culturales y educativos necesarios para proyectar un pasado histórico patrimonial de la zona al visitante y a las nuevas generaciones de sus residentes. Es de hacer notar que ninguno de estos espacios museísticos cuenta con un registro detallado de los visitantes, ni señalización (Foto 7).



Iglesia Nuestra Señora de Altagracia



Museo: Centro Histórico de Altagracia

Foto 7. Recurso Turísticos Culturales Tangibles: Edificaciones Culturales

Fuente: Fotos: Alfredo Allais 2010 y Carmelo Raydan 2011,

El museo "Centro Histórico y Cultural de Los Puertos de Altagracia", funciona en una antigua casa que data del siglo XVIII, fue residencia de próceres de la independencia, donde planifican la Batalla Naval del Lago de Maracaibo (1823), y se firmó la Capitulación, la cual pondría fin al gobierno de los realistas en tierra patria que marcaría el fin del dominio realista en territorio venezolano. El Libertador Simón Bolívar (19/12/1826) se hospedó en dicha residencia, ocupando la alcoba del “alto”, que aún se conserva para la posteridad. Actualmente mantiene su estado de conservación y ambiente histórico (Foto 7 y Plano 9).

Como centro de un gran atractivo turístico dentro de esta área urbana, es la Casa Museo “Gabriel Bracho”, es la casa natal de este pintor internacional en la cual se exponen sus obras reconocidas en muchos países. Posee un mural impresionante de ciento veinte metros cuadrados (120 m²), que atrae mucho la atención de los visitantes. Es importante hacer notar que, estos museos se encuentran ubicados en lugares muy cercanos unos de otros, brindando la

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

oportunidad de crear un circuito turístico de recorrido peatonal para los visitantes, así como fomentar la formación de los visitantes al respecto refiere Parra y Torres (1998:117) “una de las funciones más importantes de las instituciones museísticas es la educación y promoción” (Fotos 8 y 9).

Otro espacio importante por su valor turístico lo representa Museo del Hombre, en él se encuentran reliquias del pasado arqueológico ancestral, donde las vasijas, estatuillas y demás piezas rudimentarias hechas por el hombre hace muchos siglos son testigos de la evolución histórica. Este patrimonio arqueológico ha sido encontrado en la zona del Mecocal, perteneciente a la parroquia vecina Ana María Campos del mismo Municipio Miranda (Foto 8).



Casa Museo: “Gabriel Bracho”



Mural: Casa Museo “Gabriel Bracho”



Museo del Hombre

Foto 8. Recurso Turísticos Culturales Tangibles: Edificaciones Culturales

Fuente: Fotos: Luzardo 2013 y Morillo 2010.

Dentro de los recursos potenciales turísticos del casco central para valorarlos y por lo que es importante concienciar la población del casco central de la ciudad de Altagracia, lo constituyen las construcciones de tipo doméstica, viviendas conformadas por casas de estilo colonial y republicanas ubicadas de una forma apareada y con fachadas continuas que le producen al conjunto urbanístico un interés particular para su recorrido, según el estudio realizado por el Instituto de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura, LUZ, 1997, para la Alcaldía del Municipio, existen en la zona ciento treinta y seis (136) inmuebles con este uso que merecen ser conservado por sus habitantes, ya que muchos de ellos se están perdiendo o siendo modificados en sus estructuras originales.

Sin embargo, es preocupante e importante señalar la necesidad de concienciar a los residentes y usuarios de los citados inmuebles y lograr la protección ya que por la fragilidad de las características técnico-constructivas se pueden perder definitivamente, siendo el “bahareque un invariante de la arquitectura doméstica colonial” (Pírela, 1996: 150), como consecuencia de ser un sistema muy vulnerable dado el uso del barro con piedra de ojo y caña, o en muchos casos un agregado de conchas de cortezas del fruto del coco como aglomerante imprescindible dada la

escasez de canteras de buena piedra, Pírela (1996), como ha ocurrido en muchas ciudades, por citar un caso el centro urbano de Maracaibo (Foto 9).



Vista del casco histórico desde el lago de Maracaibo



"Casco Histórico de Altagracia" Sector Av: 3

Foto 9. Recurso Turísticos Culturales Tangibles: Sector Urbano

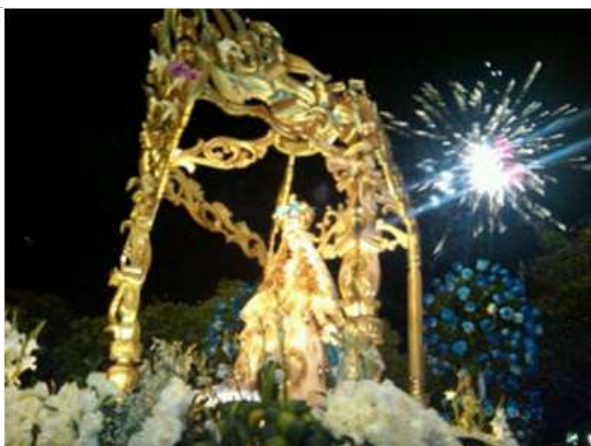
Fuente: Fotos: Molero 2008 y Luzardo 2013.

Todo lo antes expuesto, refleja como el Casco Histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia, presenta un gran potencial turístico que puede ser promovido y fomentado, no solo por entes públicos como la Alcaldía sino por empresas privadas y hasta la misma comunidad como los primeros interesados en el desarrollo de la comunidad. Esto puede generar un incentivo adicional en la conservación y valorización del Patrimonio Edificado de Los Puertos. Igualmente el casco histórico de la ciudad de Los Puertos de Altagracia ubicada a orillas de la riviéra occidental del Lago de Maracaibo cuenta con un (1) Terminal lacustre el cual posibilita a Altagracia ser la puerta de acceso a la Costa Oriental del Lago (Tabla 30, Foto 10 y Plano 9).

4.3.3 Recursos Turísticos Culturales Intangibles

En la categoría de los recursos intangibles se encuentran los programados como las fiestas religiosas, las cuales en el año se encuentran varias, sobre todo las que se celebran en honor a la Patrona de Los Puertos la "Virgen de Altagracia", actividad que se efectúa en el mes de diciembre, y con ello la "Vuelta al Terruño", de la cual ya van por la edición N° 51, festividad que se realiza en honor a la patrona y consiste en el regreso y encuentro con sus coterráneos desde cualquier parte del país donde se encuentren residenciado. Es de hacer notar que en el año 2013 se ha promulgado la *Coronación Canónica* de la Imagen de la Virgen de Altagracia por el Papa Benedicto XVI, declarando entre Septiembre 2013 y Diciembre 2014 un año jubilar y de indulgencias plenarias para los peregrinos que visiten el templo "Nuestra

Señora de Altagracia”, ya que en el año 2014 se cumplen trescientos (300) años de la proclamación como parroquia eclesiástica de Venezuela el 14/09/1714 (Foto 10).



Reliquia de la Virgen de Altagracia



*Fiesta en Honor a la Virgen de Altagracia
(Procesión, 26 de Diciembre)*

Foto 10. Recurso Turísticos Culturales Intangibles: Manifestaciones Religiosas.

Fuente: Fotos: Allais 2010 y Luzardo 2012.

Entre otras actividades religiosas se celebran las fiestas en honor a San Benito de Palermo, San Antonio, La Virgen del Carmen, Santa Teresita, El Corazón de Jesús, y las festividades de Semana Santa las cuales se complementan con Vía Crucis viviente, que atrae visitantes de todo el Municipio y la Costa Oriental del Lago (COL). Igualmente las tradicionales procesiones de pescadores por el Lago de Maracaibo, recorriendo todo el frente de agua de la ciudad altagraciana.

También se celebran las Ferias Populares como las retretas del “Calvario”, donde se reúne y realizan competencias entre los pobladores y visitantes como el “Palo Encebado”, competencias de baile, carreras de saco entre otras y donde los premios son aportados por los observadores.

En relación a las manifestaciones culturales se observa una gran riqueza cultural, destacándose la música y la danza, por medio de la gaita, bailes de tambores, y las improvisadas décimas, sobre todo para resaltar los valores y el amor por la tierra chica, o para bromear por algún acontecimiento dentro del pueblo. La forma de hablar de los pobladores es de una forma exagerada y poética. Otras manifestaciones son las relacionadas con la gastronomía tanto en platos salados como el exquisito pescado rellenos o el popular “Bagre en Caracolito”, igualmente carnes y diferente variedad en deliciosos dulces, preparados muchos de ellos con productos de la misma tierra, como las comidas y postres en coco o leche de cabra (Tabla 30 y Plano 9).

4.3.4 Facilidades Turísticas

Dentro de las mismas están referidas aquellas empresas prestadoras de servicios turísticos, dedicadas a ofrecer alojamiento, recreación, alimentación y bebidas, eventos programados, servicios financieros, que pueden utilizar los turistas o visitante durante su viaje y estancia en los destinos a los que acude. En la ciudad de Los Puertos se encuentra varias empresas dedicadas a prestar servicios turísticos, entre las cuales se recogen con sus características (Tabla 29).

En cuanto a las facilidades de esparcimiento existe en el boulevard costanero Almirante Padilla que se desarrolla a lo largo de todo el frente de agua o antiguo malecón contenedor de la antigua y frágil ciudad altagraciana, a lo largo de todo el citado boulevard se encuentran cominerías arborizados para la recreación y el esparcimiento, integradas con dos (2) restaurantes en excelentes condiciones y cuatro (4) bohíos para realizar diversas actividades, un (1) mirador turístico, actualmente se requiere que termine los trabajos de reparación y acondicionamiento del espacio, ya que la administración municipal pasada, concluyo una primera etapa de acondicionamiento. Igualmente los bordes de la ciudad tanto hacia la zona norte como sur se encuentran balnearios como “Las Playitas” o “Playa Aventura”, las mismas presentan actividades para el ocio: alquilan motos de agua, paseo en lanchas, que si bien las playas no están catalogadas como optimas por el nivel de contaminación del Lago de Maracaibo, a pesar de eso las personas pasean en botes bordeando la costa, o se dedican a practicar algún deporte o juego, ya que están dotadas con áreas de juego de mesa, como domino cartas, billar, tenis de mesa o, para jugar bolas criollas (Foto 11).



Boulevard costanero Almirante Padilla



Facilidades turística, Hotel Takiko

Foto 11. Facilidades Turísticas de Los Puertos de Altagracia: Alojamiento, Ocio y Recreación

Fuente: Fotos: Luzardo 2013 y Hotel Takiko 2013.

Tabla 29. Empresas de Servicios que Sirven de Apoyo a la Actividad Turística

CATEGORÍA	ACTIVIDAD DE APOYO AL TURISMO
<p>Hoteles</p> 	<p>Las empresas de alojamiento se encuentran todas ubicadas fuera del casco histórico, los más distantes en las vías de acceso a solo 15 minutos de viaje, entre los cuales: Hotel Bar Restaurante Takiko, Hotel Paradise (único categorizado por RTN), Hotel Ola Beach Altigracia, Hotel Perla, Posada Victoria, Residencias Inca, Residencias Padrón, Residencias La Estancia, Residencias Mi Hijo Querido (antiguo Hotel Fama), para un total de 144 habitaciones que representan 245 camas. En su mayoría los Hoteles en temporadas bajas son utilizados como residencias temporales por empleados del sector industrial y comercial o visitantes de una noche, y en temporadas altas como hoteles para turistas, en cuanto a las Residencias muchas de sus habitaciones son contratadas por empleados temporales de la zona petrolera.</p> <p>Prestan servicios de alojamiento las 24 horas del día, sus estructuras físicas se encuentran en buen estado con cerramientos y techos en concreto, las habitaciones se encuentran equipadas con baños televisores y algunas Internet, área de estacionamiento. Poseen documentación legal para ejercer sus funciones (RIF, NIT, Registro de Comercio entre otros). Su mercado está conformado mayoritariamente por un 30% por personas que residen por actividad laboral y un 70% de turistas o visitantes. El pago exigido es en su mayoría en efectivo, manifiestan interés a la inversión si son apoyados por algún ente, colaboran con el sector turístico con la prestación del servicio.</p>
<p>Restaurantes</p> 	<p>Dedicadas a la venta de comida, son lugares diversos algunos con estructuras de concreto y otras en madera y techos de palma tipo bohíos en muy buenas condiciones. El 75% de sus clientes son turistas o visitantes que llegan muchos de ellos en lanchas particulares, los 25% restantes son de habitantes del Municipio.</p> <p>Ofrecen entre otros platos, especialidades en parrillas de carnes, pescados rellenos asados o fritos ensaladas con camarones y marisco, así como el "Bagre en caracolitos" Aceptan pagos en efectivo o electrónico, muestran interés por la inversión si son apoyados por algún ente; manifiestan haber contribuido con el desarrollo económico de su pueblo, por medio de los servicios prestados y el empleo directo de personas de su entorno.</p>
<p>Abastos o Supermercados</p> 	<p>Encargado del abastecimiento de víveres, alimentos y charcutería en general, Cuentan con inmuebles amplios y con estructuras en muy buen, algunos en dos (2) niveles. Existen cinco (5) supermercados, el resto son abasto que generan empleos entre tres (3) a veinte (20) empleados, su modalidad de pago puede ser en efectivo, por cheque, por cesta tique o, en forma electrónica.</p> <p>Admite la mayoría de ellos una cierta desconfianza para invertir en el sector, esto es producto de la escasez de alimentos y la cantidad de controles que tiene el gobierno, y por otro lado la competencia con la red de abastos apoyados por el gobierno (Mercal) ya que existe en el Municipio un gran centro de acopio</p>
<p>Depósito de Licores</p>	<p>La actividad a la que se dedican principalmente es a la comercialización de licores; presentando en su mayoría otros tipos de suministros que van desde las golosinas hasta la venta de inflables para la playa, la mayoría tienen unas construcciones en platabanda nervadas de concretos, otros techos de zinc, posee mobiliario acorde al servicio incluyendo aire acondicionado y pantallas grandes de TV. Su horario está determinado y regido por la Ley. Poseen la documentación respectiva para su funcionamiento.</p> <p>Manifiestan que los fines de semana un 60% de los consumidores son residentes y un 40% aproximadamente son visitantes. Algunos establecimientos cuentan como atractivo el concurso de Kareoke o tarimas de apoyo por parte de las empresas proveedoras del servicio. Se mostraron estar dispuestos a recibir apoyo de entes promotores, ya que todos dijeron no haber recibido ninguna ayuda. Sugieren la necesidad de que el turismo requiere el apoyo de entes para impulsar la actividad, al igual, que estar dispuesto a apoyar el mismo por medio de la promoción.</p>
<p>Otros: Venta de Dulcerías</p> 	<p>Esta actividad comercial se centra en la venta dulce y tortas caseras de todo tipo, prestan su servicio en techos que sirven de entrada a algunas viviendas ubicadas en el frente de agua del casco central, a lo largo del boulevard Padilla. La mayoría manifiestan ser una sociedad de dos (2) o tres (3) miembros para la fabricación y comercialización de los productos. Su inmobiliario está conformado por varias mesas, algunas sillas y toldos para los clientes, no poseen ninguna documentación para ejercer la actividad comercial.</p> <p>Principalmente los consumidores son personas de la comunidad que los fines de semana se acercan al boulevard o centro recreacional a consumir el producto, así como el gran número de visitantes que utilizan el transporte lacustre los fines de semana con fines turísticos recreativos. Evidencia su interés por recibir algún apoyo económico por cualquier ente público o privado, ya que hasta el momento trabajan con su propio capital, el cual puede ser colectivo o individual. El producto que ofrecen es de muy buena calidad y a precios solidarios, el pago es únicamente de contado. Manifiestan apoyar la actividad turística mediante la venta de los más variados productos típicos del Municipio y defender las raíces gastronómicas de sus predecesores.</p>

Fuente: Elaboración propia 2013.

En el extremo sur del citado boulevard se ubica un (1) centro ferial construido del dragado del Lago Marabino usado para realizar espectáculos tanto musicales y culturales como deportivos a orilla del Lago de Maracaibo, éste espacio cuenta con una gran tarima y espacios para los servicios de aseo, así como bohíos a lo largo del mismo (Tabla 30, Plano 9 y Anexo XI).

4.3.5 Accesibilidad y Transporte

Este componente de la oferta turística es factor fundamental y soporte del sistema turístico, para que pueda darse el desarrollo turístico en determinado lugar, debe existir la accesibilidad a través de los diferentes medios (terrestre, acuático y aéreo) a los recursos o atractivos turísticos con que cuenta un determinado destino (Plano 7).



Plano 7. Sistema de vialidad Extra urbana de Los Puertos de Altigracia y centros poblados de apoyo más cercanos de Altigracia

Fuente: Archivos LUZ (2011). Adaptado Luzardo (2013).

a. Accesibilidad Vial Terrestre

En cuanto a la accesibilidad, existen varias formas de llegar a Los Puertos de Altigracia; por vía terrestre, a través de la Ramal 09 (R-09), que se conecta en dirección sur con la Troncal 03 (T-03, Falcón-Zulia) y por la Ramal 54 (R-54) que se

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

conecta a la altura de el Mecocal con la Troncal 03 (T-03, Falcón-Zulia); y por vía lacustre a través del nuevo terminal lacustre de Los Puertos de Altagracia, ubicado en la Avenida 1 (Padilla). A su vez, esta troncal se conecta al sistema ramal de carreteras que comunica los centros poblados entre sí, a través del Ramal 09 (R-09), el cual sirve de conexión en dirección norte sur de los centros poblados: el Hornito, las Playitas, Los Puertos de Altagracia (capital), Jagüecito, Haticos del Sur, Punta de Leiva, entre otros; y conectando las parroquias Ana María Campos, Altagracia y San José (Plano 7 y Foto 12).

- Sistema de Vialidad Extraurbana

En relación al transporte existen varios de modalidades públicas, que conectan a Los Puertos de Altagracia como capital del Municipio Miranda con las parroquias vecinas de forma masiva por unidades de transporte perteneciente a la Alcaldía Bolivariana de Miranda o por carro por puesto, igualmente con las ciudades de Maracaibo y Cabimas, a través de unidades de transporte colectivo como: autobuses, microbuses y carros por puesto, se observa que las unidades extra-urbanas se encuentran en muy buen estado. Actualmente comenzó a funcionar desde el Terminal de Pasajeros una ruta de salida y retorno diario para las ciudades de Barquisimeto, Valencia, y Caracas, con la empresa Expresos San Cristóbal, se tiene programada la ruta para la zona andina (Tabla 30).

El servicio de transporte público terrestre urbano interno de la parroquia Altagracia, es cubierto a través de cinco (5) rutas (Nueva Altagracia, Costa Sur, Costa Norte, Sancri-Centro y Sali-Centro), con un solo modo de transporte (carro por puesto) de 5 puestos, se desplazan sobre los ejes viales urbanos, de acuerdo a su ruta establecida. Algunas de estas rutas poseen su parada principal en el Terminal de Pasajeros. Dentro del transporte público modo taxi, en el área de estudio se encuentran registradas cuatro (4) líneas.



Carretera: Ramal 09 (R-09)

Carretera: Ramal 54 (R-54)

Lancha: La Santa María

Foto 12. Los Puertos de Altagracia: Accesibilidad vial y lacustre

Fuente: Luzardo (2013)

b. Accesibilidad Acuática

Los Puertos de Altigracia poseen una ruta de transporte público lacustre (Maracaibo-Los Puertos y viceversa), desde el muelle ubicado en el Casco Histórico hasta el Puerto de Maracaibo; este servicio tradicional en el municipio funciona a diario, con cinco (5) lanchas de ciento cuarenta (140) pasajeros y totalmente equipadas con aire acondicionado y botes salvavidas, servicio prestado por la empresa pública “TRANSMICA Lago Mar”, perteneciente a la Alcaldía Bolivariana del Municipio Miranda, los usuarios son recibidos en la costa altigraciana por un nuevo muelle, acondicionado con un restaurante en muy buenas condiciones de uso. Las unidades prestan servicio todos los días de 6 am a 7 pm con precios solidarios, la travesía dura 40 minutos aproximadamente (Foto 12).

c. Accesibilidad Aérea

La única vía de acceso a través del espacio aéreo, es el Aeropuerto Internacional La Chinita, de la ciudad de Maracaibo que queda a 50 minutos de Altigracia (Plano 8).



Aeropuerto Internacional La Chinita; Terminal de Transporte Terrestre y Terminal Lacustre de Maracaibo

Plano 8. Patrimonio Edificado del Casco Histórico Los Puertos de Altigracia: Accesibilidad

Fuente: Elaboración propia a partir de: <http://wikimapia.org/#lang=es&lat=10.632603&lon=-71.577301&z=11&m=0> (2014)

4.3.6 Síntesis Inventario Turístico Patrimonial del Caso Histórico y Frente de Agua.

A continuación se presenta un resumen los recursos inventariados y actualizados de las fichas de registro elaboradas (Tabla 30, Plano 9 y Foto 14).

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

**Tabla 30. Síntesis de la Oferta Turística
Casco Histórico y frente de agua de Los Puertos de Atagracia.**

Categoría	Subcategoría / Tipo	Clase	Recurso	
A RECURSOS NATURALES PAISAJÍSTICO	Abiótico/ Clima Abiótico/ Hídrico Abiótico/ Costas	Tropical Lagos Ciénagas Costas	Tropical Estrecho del Lago de Maracaibo. Ciénaga El Buque / Ciénaga La salina / "Playa el Buque", "Quisiro", "Punta de Vigía"	
	Bióticos/ Flora	Manglares Vegetación	Zona ecológica Manglares / Vegetación xerofítica	
	Fauna	Aves Crustáceos Peces	Garceta moñuda / Pelicano / Cormorán Camarones / Cangrejo Jurel / Lisa / Mero / Robalo	
	Edificaciones Histórico - Culturales	Iglesias		<ul style="list-style-type: none"> • Iglesia "Nuestra Señora de Atagracia" • Centro Histórico y Cultural de Atagracia o Casa de los cañones
		Museos		<ul style="list-style-type: none"> • Casa Museo Gabriel Bracho. • Museo del Hombre. o Casa de María Barrero • Hato El Paraíso • Casa de Lourdes Paz
		Residencial		<ul style="list-style-type: none"> • Casas de la Av. 2 y sus transversales • Casa Balcón Amarillo • Restos de la Casa "Ana María Campos" • Casa de Las Márquez • Casa de Juan González • Casa de los Balcones. • Casa de las Hermanas Albornoz • Casa del Balcón verde • La Mansión de los Lobos. • Casa de Aura Ordoñez • Casa Betilde Ferrer
		Otros		<ul style="list-style-type: none"> • Casa de Guille • Casa de la Av. 3 y sus transversales, entre otros. • Sede de la Alcaldía del Municipio Miranda. • Carpintería Miranda, antiguo cine Olimpia
	Sectores Urbanos.	Histórico / Ambientales	<ul style="list-style-type: none"> • Casco Histórico de Los Puertos de Atagracia • Plaza Domitila Flores • Plaza Miranda • Plaza Ana María Campos • Boulevard Padilla • Plaza Bolívar • Complejo Ferial La Estacada 	
	B RECURSOS CULTURALES TANGIBLES	Obras de artes	Pinturas, Esculturas, Retablos, Otras	<ul style="list-style-type: none"> • Colección Centro Histórico y Cultural de Atagracia. • Retratos originales de la familia Urdaneta • Barco conmemorativo 1883 • Mural de 120 metros Casa Museo Gabriel Bracho. • Colección Pictórica y de Escultura Familia Bracho • Colección arqueológica del Museo del Hombre. • Murales del artista Bracho. Plaza Miranda. • Mural la "Caja Plástica" en la Casa de los Lobos, • Colección Imágenes Iglesia "Nuestra Sra. de Atagracia" • Retablo "Las Ánimas", Iglesia "Nuestra Sra. de Atagracia. • Colección Institución Mirandina
				Artesanías

Fuente: Elaboración propia 2013.

**Tabla 30. Síntesis de la Oferta Turística
Casco Histórico y frente de agua de Los Puertos de Atagracia (continuación)**

Categoría	Subcategoría / Tipo	Clase	Recurso	
C RECURSOS CULTURALES INTANGIBLES	Acontecimientos Programas	Religiosos	Fiestas en Honor a la Virgen de Atagracia fiestas en honor a San Benito de Palermo, San Antonio, La Virgen del Carmen, Santa Teresita, El Corazón de Jesús, Virgen del Rosario de Chiquinquirá, y las festividades de Semana Santa las cuales se complementan con Vía Crucis viviente Paseo de la Virgen por el Lago Concurso de pesebres La Vuelta al Terruño Ferias Populares de Atagracia. Encuentro tradicional de decimistas, festival de Canto y Declamación Encuentro tradicional de Chingles de San Benito (04 de abril) Retretas en el Calvario Juegos: el Palo encebado (25 Diciembre) Fuegos artificiales (25 de Diciembre) Los pasquines o prelaudaciones Celebración del carnaval	
		Ferias / Culturales	Conjuro para curar la gusanera en animales Infusión para esterilizar Costumbres de semana santa Costumbre religiosa de pedir la bendición Gastronomía a base de comida en Coco, y pescados "Bagre en caracolitos", Iguana en coco, Cangrejo en coco. Arepa de plátano, receta y Mandoca. Variedad de dulces y tortas, como el "Chocho e' vaca", conservas de plátano maduro, de naranja. Calabazate o dulce de limonzón. Manjar de auyama o mote, receta Queso y cuajada de leche de cabra. Gabriel Bracho, artista plástico Titán, poeta Ramón García Oliveros, poeta y docente Ana Maria Campos prócer independentista José Escolástico Andrade Francisco María Farías Lisandro Puche García Presbítero Maria Barrera Ferrer, educadora. Manuel Matos Romero Manuel Alberto Luzardo Padrón, artista plástico entre otros Modo de hablar muy regionalista y poético. Refranes populares Sanación de huesos Ron de culebra Cola de caballo, planta Costumbres de sentarse en las puertas de la casa La calle mejor adornada. Artesanías como piezas de cerámica, chinchorros, redes de pesca, blusas, alpargatas, instrumentos musicales Realización de embarcaciones en madera	
		Carnavales	Las pastoras, agrupación musical Coral Nuestra Señora de Atagracia Banda Escuela Nuestra Señora de Atagracia Bordado / Artesanía de casas tradicionales a escala	
		Creencias mágicas religiosas	• Hotel TAKIKO, • Hotel Fama • La Portela • Hotel Restaurante "Ola Beach Atagracia" • Residencias Padrón. • Hotel Paradise (categorizado por RTN), • Posada Victoria. • Residencias Inca Residencias • La Estancia. Residencias • MI Hijo querido • Posada Blanca E • Para un total a de 144 habitaciones equipadas, y 245 camas En buen estado. Poseen estacionamiento.	
		Gastronomía	Un boulevard costanero equipado con restaurantes bohíos y cominería Dos Balnearios en el borde Norte y Sur del Casco Histórico con espacios recreativos "Las Playitas" y "Playa Aventura"	
		Personajes significativos		
		Manifestaciones Populares	Otros	
			Música	
			Otros	
		D FACILIDADES TURÍSTICAS	Equipamiento turístico: Alojamiento	Hotel de Turismo
Clubs turísticos o recreacional				

Fuente: Elaboración propia 2013.

**Tabla 30. Síntesis de la Oferta Turística
Casco Histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia (continuación)**

Categoría	Subcategoría / Tipo	Clase	Recurso	
D FACILIDADES TURÍSTICAS	Equipamiento Complementario/ Alimentos y Bebidas	Restaurantes	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante Gourmet María Paula. • La Cueva del Búfalo. • Los Palafitos. • El Margariteño. • La Nueva Posada. • Teo Pizza. • Atenas. • El Establo. • Mirador del Lago. • El Popular. • La Taberna de María. • Miranda. • Paradise. • Los Bohíos. • Aquí esta Mali. • Bebidas Restaurante "Linda Barinas". • Restaurante "San Roque". • Pizzería La Nueva. • La Gran Pizza. • Mi Casita. • Restaurant Gluton Boy. 	
		Cafeterías, heladerías y Fuentes de soda	<ul style="list-style-type: none"> • Heladería Fresa y Pistacho. • Heladería Mundo Sonrisas. • Heladería Melao. • Heladería Mama Carmen. • Tentaos Café. • Crazy Fruits 	
		Barra-discootecas y cervecerías	<ul style="list-style-type: none"> • El Terruño. • Barra 2do. Frente. • Ibiza Barra Disco. • Licorería Don Roque. • Licorería La Nave. • Tasca Mister Roberto. • Licorería Vanessa. • Licores J y M. • Depósito el Líder. • Depósito la Victoria. • Depósito Los Cuñados. 	
		Comidas rápidas.	<ul style="list-style-type: none"> • Comida Rápida "Fast Food". • Tostadas Moneita. • Tostadas el Soberano. • Tostadas Punta y Seguimos café. • Tostadas La Paila Caliente. • Tostadas 23 de Enero. • Tostadas don Calvo. • Mister Empanadas y Mister Pollos 	
		Equipamiento C, / Eventos Programado	Complejos feriales	<ul style="list-style-type: none"> • Complejo Ferial La Estacada. • Boulevard Padilla
		Servicios Turísticos/ Servicios Financieros	Información T. Bancos	<ul style="list-style-type: none"> • Oficina Municipal de Turismo. • Banco. Occidental • Banco Banesco
		E ACCESIBILIDAD Y TRANSPORTE	Espacio Terrestre transitable Transporte Terrestre Servicio Conexo.	
Espacio Acuático transitable Servicio de Transporte Acuático.			Ruta Los Puertos de Maracaibo y viceversa Muelle en Los Puertos de Altagracia.	

Fuente: Elaboración propia 2013.



Plano 9. Ubicación de la Oferta Turística potencial dentro del Casco Histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia.

Fuente: Elaboración propia a partir de PDUL Altagracia 1996 y <http://wikimapia.org/#lang=es&lat=10.712014&lon=-71.525459&z=16&m=yhs>.



Puerto de Aguas Profundas "Simón Bolívar"



Puente Nigale, sistema vial y ferroviario

Foto 13. Accesibilidad Potencial como futuro soporte al sistema turístico del Municipio Miranda, Zulia.

Fuente: Corpozulia 2010



Edificio: La Estacada.



Complejo Turístico La Estacada



Casa de Los Balcones



Casa Av:2



Av 3. Sector el Calvario



Plaza Miranda



Boulevard Costero



Mural de la Plaza Miranda



Costa del Lago y Playas



Los Olivitos



Parque Eco-Turístico Ojo de Agua El Cardón



Club recreacional



Muelle pesquero



Restaurante típico

Foto 14. Oferta Turística potencial dentro del Casco Histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia.

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Images 2014

CAPITULO 5

ANÁLISIS Y RESULTADOS

Perfil del Residente y Visitante como Potencial Estratégico

El propósito de este capítulo es analizar los resultados de los instrumentos aplicados y conocer primero, la opinión de la comunidad residente sobre la actividad turística como principales autores para el desarrollo del turismo en Los Puertos, así como caracterizar el perfil del visitante tanto en la ciudad de Los Puertos de Altagracia como en el contexto del municipio Miranda segundo, analizar los resultados obtenidos a través de los diferentes instrumentos aplicados.

Finaliza evaluando y discutiendo las principales tendencias que se observan a partir de los resultados obtenidos, conforme a los objetivos descritos y el correspondiente sustento teórico desarrollados en el Capítulo 2, con el fin de describir las potencialidades y del turismo sustentable para la puesta en valor del Patrimonio Cultural de Los Puertos de Altagracia (objetivo general de la tesis).

5.1 Presentación y Análisis del Cuestionario Aplicado a los Habitantes de la Parroquia Altagracia

En esta parte se describen y explican los datos obtenidos en el cuestionario aplicado a los pobladores de Los Puertos de Altagracia, medición que se realizó entre los meses de septiembre y octubre de 2012.

5.1.1 Variable: Características de los Habitantes

Dimensión: Características socio-económica y socio-culturales

A. Indicador: Datos socio-económicos

Ítem 1: Sexo

El propósito de este Ítem es identificar el sexo de los habitantes para relacionarlo posteriormente con las respuestas obtenidas. de acuerdo a los resultados obtenidos el 53,5 %, son mujeres y el 46.5% del sexo masculino, esto se debe en gran parte al hecho de que las encuestas se aplicaron en las viviendas y se hicieron a amas de casa (Figura 12).

Opción de Respuesta	FA	FR (%)
Masculino	184	46.4
Femenino	213	53.6
No responde	0	0
TOTAL	397	100%

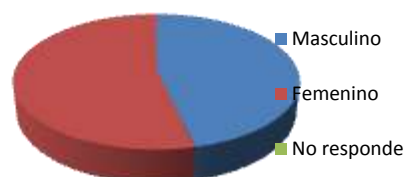


Figura 12. Género del Encuestado (%)

Fuente: Elaboración propia 2013.

Ítem 2: Edad

Con relación al ítem edad. Los resultados arrojaron que el mayor porcentaje se encuentra entre las edades de 31 a 40 años con un 30,9 %, 27,2% en edades entre 41 y 50 años, posteriormente las edades entre 21 a 30 años con un 21,1%. Este resultado es lógico ya que los que contestaron en su gran mayoría son los adultos presentes en los hogares (Figura 13).

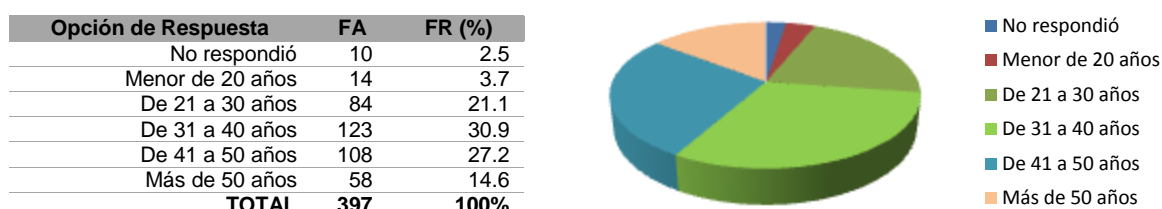


Figura 13. Edad del Encuestado (%)

Fuente: Elaboración propia 2013.

Ítem 3: Nacionalidad

La nacionalidad del entrevistado, según la muestra aplicada el 99, 5% son venezolanos y un 0, 5% extranjeros, los mismos son de nacionalidad cubanos (Tabla 31).

Tabla 31. Nacionalidad del Encuestado (%)

Opción de Respuesta	FA	FR (%)
Venezolano	395	99.5
Extranjero	2	0.5
TOTAL	397	100%

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 4: Estado Civil.

En relación al estado civil, el 42.3% son casados, el 36.5% son solteros, el 13.1% corresponde a los divorciados y un 8.1% a viudos (Figura 14).

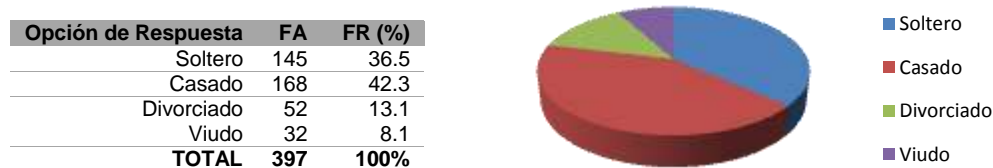


Figura 14. Estado Civil del Encuestado (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 5: Nivel Educativo

Este ítem determina el grado de instrucción de los encuestados reflejando que el 36.4% han cursado hasta educación diversificada, un 33.4% poseen educación técnica o universitaria, un 21.9% formación básica y el 8.3% ubicados en otros corresponde a personas que no terminaron la básica, o tienen otra formación. Esto

demuestra que la población altagraciana se encuentra capacitada y en pro de superación (Figura 15).

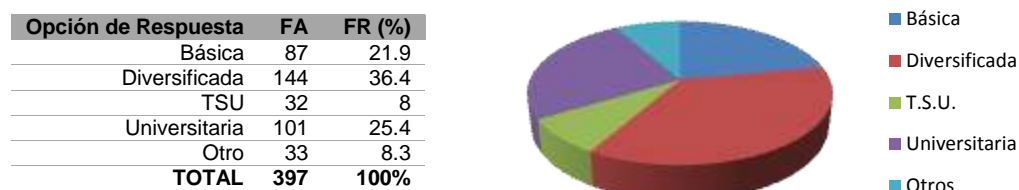


Figura 15. Nivel Educativo del Encuestado (%)

Fuente: Elaboración propia

Ítem 6: Ocupación

El análisis de la ocupación refleja que el nivel más alto de ocupación lo tienen los empleados con 120 como frecuencia absoluta y un porcentaje de 30.3 %, seguido del 27.5% estudiantes, luego se ubicaron las amas de casa con un 14.6 %, los obreros con el 10.4 %, profesionales en libre ejercicio un 5.8%, finalmente los empresarios y otros con 6.6 y 4.8% respectivamente, que se dedican a las actividades manuales artesanales o pesquera entre otras (Figura 16).

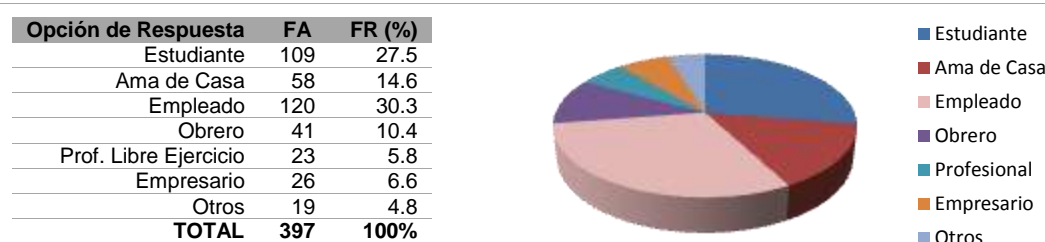


Figura 16. Ocupación del Encuestado (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 7: Tamaño del grupo familiar

Según los resultados obtenidos se constatar que el 82.9% corresponden a familias que tienen de 2 a 6 miembros, y los grupos familiares entre 7 y 11 manejan el 15.6 %, el resto de 1.5% lo definen los grupos de 12 a 16 miembros, los cuales son familias extendidas o hijos con familias que comparten vivienda, estos resultados tienden a señalar que existe déficit de viviendas (Figura 17).

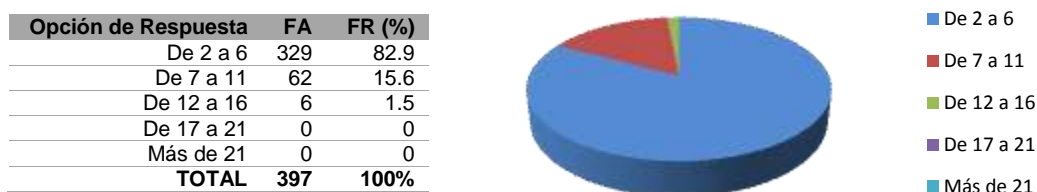


Figura 17. Tamaño del Grupo Familiar del Encuestado (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 8: Edad de las personas que integran el grupo familiar

En relación a la edad del grupo que integra el grupo familiar se determinó que la edad comprendida entre veinte (20) a veintinueve (29) años es la que tiene el porcentaje mayor con 22.4 %, que sumando los dos (2) grupos que tiene menos de 20 años da un total de 40.9 %, las edades comprendidas entre 30 y 39 años tiene un porcentaje de 17.8 %, y finalmente los de más de cuarenta (40) años registraron un 18.9 %, lo que marca una población mayoritariamente joven (Figura 18).

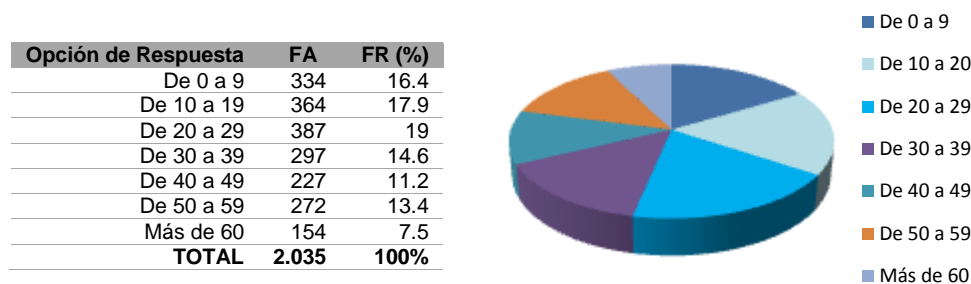


Figura 18. Edad Grupo Familiar del Encuestado (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 9: Nivel de ingreso mensual.

El ítem pretende expresar el ingreso mensual en el que se encuentran los habitantes de Los Puertos de Altagracia para la fecha de la consulta Octubre de 2012. Los resultado indican que el 27% tienen un ingreso mensual promedio de 2.001 a 3.000 BsF (465 a 697 \$ a cambio controlado de 4.30, hoy de 6.30 y 11.30 \$ aproximadamente) 21.9% reciben menos de 2.000 BsF (menos de 465 \$), entre un 3.001 a 4.000 (697 a 930 \$) el 20.9% de los consultados, el 15.6% manejan un presupuesto entre 4.001 a 5.000 (930 a 1.162 \$) y solo un 9.8% superior a 5.001 BsF mensuales (1.162 \$), el 4.8% no responde, es lógico pensar que la gran mayoría tiene ingresos muy bajos, sobre todo de los que tienen menos de 2.000 BsF (menos de 465 \$) que para la fecha era un poco superior a un sueldo básico mensual (2.047, 50) BsF (476.5 \$, al dólar controlado a 4.30 BsF por consumo, muchos manifestaron no tener ingresos fijos (Figura 19).

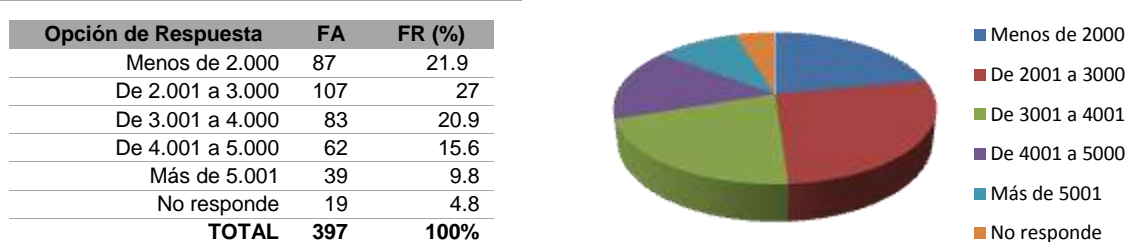


Figura 19. Nivel de Ingreso Mensual (BsF)

Fuente: Elaboración propia 2013

B. Indicador: Opinión sobre la actividad turística

Ítem 1: ¿Qué tan Importante puede ser el turismo para este municipio?

Un 49.9% cree que la actividad turística puede ser bastante importante y un 31.5% como muy importante, el resto que representa un 11.9%, lo ve como algo importante y solo un 4.7% lo describe como poco o nada importante. Estos datos expresan el interés de la comunidad en el desarrollo turístico, que es un factor fundamental y viabilizador para promover, estimular y gestionar la puesta en valor del turismo del casco histórico y frente de agua. Este interés viene dado por el impacto económico positivo del turismo como resultado de los visitantes en temporadas altas (Figura 20).

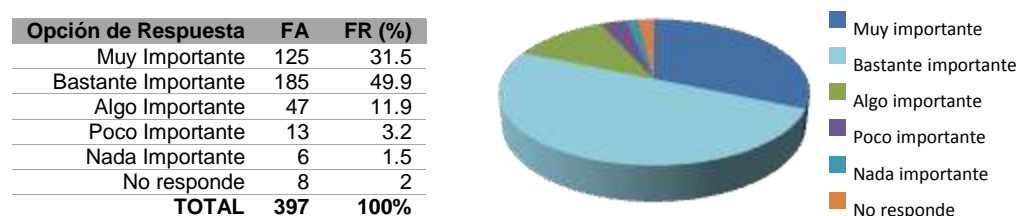


Figura 20. Importancia del Turismo

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 2: ¿Cuál cree usted que es el mayor recurso que este municipio potencialmente ofrece a los turistas?

Este ítem, refleja que los habitantes de Los Puertos de Altagracia valoran como el mayor recurso que puede ser potencialmente atractivo para los turistas las Playas ubicadas en “Oribor y Quisiro”, con un 37.7%, seguido de las Fiestas Patronales con un 16.1%, posteriormente la gastronomía con el 13.4%, el Centro Histórico 12.7% segundo; las Ciénagas (turismo ecológico) con el 12.3%, los complejos industriales con 3.8% y finalmente las Ferias agroindustriales (Figura 21).

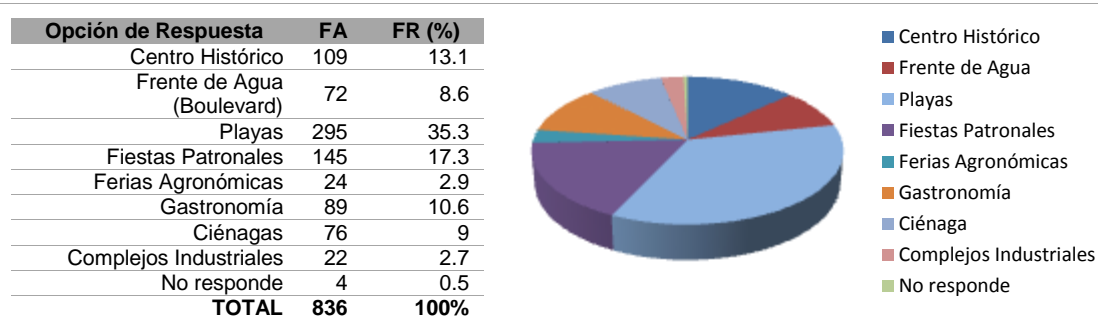


Figura 21. Recurso como Potencial Turístico

Fuente: Elaboración propia 2013

Según Torres (2003), el turista de litoral cada vez es más activo y demanda más actividades para ocupar su ocio. Una de esas posibilidades es visitar las

ciudades del interior que ofrezcan para él algún tipo de interés, ya sea por su historia, su arquitectura, sus monumentos o sus costumbres.

Ítem 3: ¿Cuál de las edificaciones patrimoniales culturales edificadas presentan para usted algún interés turístico?

Los habitantes consultados, destacan como parte del patrimonio edificado con potencial turístico: la Iglesia “Nuestra Sra. de Altagracia” con 28.3%, museo “Centro Histórico y Cultural de Altagracia” con 26.3%, el Casco Histórico como conjunto urbanístico valorado en 16%, la Casa Museo “Gabriel Bracho” refleja 9.2%, el Boulevard Costanero “Almirante Padilla” ubicado en el frente de agua 7.4%, las casas coloniales tienen 7.2%, y el Edificio Alcaldía Municipal 2.5%, Museo del Hombre 2.2%, y otros con 0.9% (Figura 22).

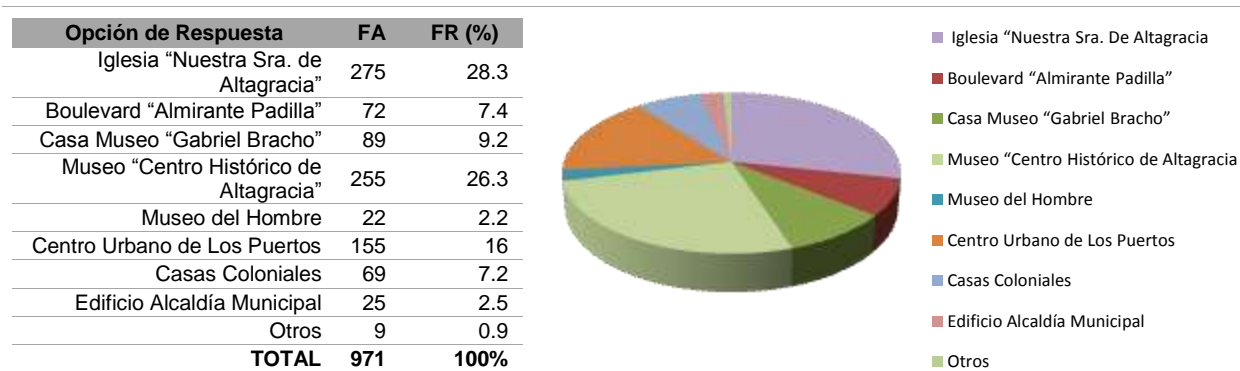


Figura 22. Patrimonio Cultural Edificado con Potencial Turístico

Fuente: Elaboración propia 2013

Es importante destacar que, todas estas edificaciones están ubicadas en el perímetro del Casco Histórico, y que a través de la trama urbana del casco fundacional se vinculan con el borde lacustre que conforman el frente de agua de Los Puertos y tienen el potencial para integrarse conformando un gran circuito turístico.

Ítem 4: ¿Qué se necesita para incentivar en este municipio la actividad turística en cuanto a invertir en dotación de facilidades y servicios?

La evidencia la necesidad de inversión y de donde deben invertirse para facilitar la puesta en valor del turismo en la localidad, destacando: construcción de hoteles y restaurantes con un 16.8%, más apoyo gubernamental con el 14.1% más Inversiones con el 13.4%, la recuperación del Casco Histórico con un 11.3%, lo que demuestra la necesidad de su conservación; mejorar los servicios con 11%, más infraestructura con 10, 3% arreglo y limpieza de playas con un 8.5%, entre otros. Es claro que, hace falta inversión y apoyo por parte de los interesados ya que son muchas las necesidades según los consultados (Figura 23).

Opción de Respuesta	FA	FR (%)
Construcción de hoteles y restaurantes	140	16.8
Mejor lugares recreativos	64	7.7
Mejor infraestructuras	86	10.3
Arreglo y limpieza de playas	71	8.5
Mejorar los servicios	92	11
Recuperación del casco histórico	94	11.3
Construcción de centros comerciales	42	5
Más apoyo gubernamental	118	14.1
Inversionistas	112	13.4
Otros	16	1.9
TOTAL	835	100%



Figura 23. Necesidades para incentivar la actividad turística

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 5: ¿Qué se necesita para desarrollar el turismo en este municipio?

Los encuestados opinan que la mayor necesidad se encuentra en tener más promoción del gobierno con 33.2%, seguido de un 18.5% mayor información turística, y seguridad para los turistas 15%, la necesidad de una oficina de planificación el 14.2% y los últimos valores corresponden a publicidad y promoción con 13.4% (Figura 24).

Opción de Respuesta	FA	FR (%)
Organismos que planifiquen	87	14.2
Más apoyo económica del Gobierno	203	33.2
Mayor información turística	113	18.5
Publicidad y promoción	82	13.4
Seguridad para los turistas	92	15
Nada	35	5.7
TOTAL	612	100%



Figura 24. Participación gubernamental para el turismo

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 6: Evaluación de los servicios en la parroquia Altagracia.

En cuanto a los servicios los 397 consultados calificaron como malos los servicios de agua, vialidad, y como regulares electricidad y seguridad, como buenos el servicio de gas, cloacas, recolección de basura y telefonía. Según estos datos, es evidente que hay servicios que necesitan mejorar ya que son básicos tanto para la comunidad residente, como para la actividad turística, sobre todo si se toma en cuenta el incremento de usuarios visitantes (Tabla 32).

Tabla 32. Evaluación de los Servicios

Opción de Respuesta	1 No Existe		2 Malo		3 Regular		4 Buena	
	FA	FR (%)	FA	FR (%)	FA	FR (%)	FA	FR (%)
Agua Potable			261	65.8	128	32.2	8	2
Cloacas			23	5.8	106	26.7	268	67.5
Recolección de Basura			21	5.3	110	27.7	266	67
Electricidad			97	24.4	198	49.9	102	25.9
Vialidad			225	56.7	121	30.5	51	12.8
Salud			102	25.7	201	50.6	94	23.7
Seguridad			102	25.7	198	49.9	97	24.4
Telefonía			83	20.9	99	24.9	215	54.2
Gas			7	1.8	33	8.3	357	89.9
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	0	0	921		1.194		1.458	

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 7: En el futuro ¿cómo considera usted que será el turismo en el municipio?

Para los consultados existe una tendencia muy alta de 74% que lo visualizan como “más importante” de lo que hoy es, el resto 13.9% manifestó verlo “menos importante” que en la actualidad, el 6.8% no respondió y como “nada importante” 5.3% (Figura 25).

Opción de Respuesta	FA	FR (%)
Más importante que actualmente	294	74
Menos importante que actualmente	55	13.9
Nada importante	21	5.3
No responde	27	6.8
TOTAL	397	100%



- Más importante que actualmente
- Menos importante que actualmente
- Nada importante
- No responde

Figura 25. Futuro del Turismo Local

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 8: En general ¿qué tan beneficioso considera usted que sería que vengan turistas a este municipio?

En esta pregunta se midió si consideran beneficiosa la presencia de visitantes. El 61.9% consideró la presencia de visitantes como muy beneficioso, un 19,2% como bastante beneficiosa, un 6.3% como algo de beneficio, y solo un 8.0% como igual que hoy y poco beneficiosa (Figura 26).

Opción de Respuesta	FA	FR (%)
Muy Beneficioso	245	61.7
Bastante Beneficioso	77	19.4
Algo Beneficioso	25	6.3
Poco Beneficioso	16	4.0
Nada Beneficioso	16	4.0
No responde	18	4.6
TOTAL	397	100%



- Muy Beneficioso
- Bastante Beneficioso
- Algo Beneficioso
- Poco Beneficioso
- Nada Beneficioso
- No responde

Figura 26. Beneficios por la visita de turistas

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 9: ¿Quién considera usted que se ha beneficiado más con el turismo?

Si sumamos los dueños de playas, de restaurantes y afines se obtiene un 69.4%, el resto son valores muy dispersos, resaltando entre ellos el transporte lacustre con un 12.1% y la comunidad con un 8.4% (Tabla 33).

Tabla 33. Más beneficiados con la actividad turística

Opción de Respuesta	FA	FR (%)
Dueño de Playas	201	31.4
Dueño de Restaurantes	198	30.9
Dueño de Restaurantes y Afines	45	7.1
Comerciantes	28	4.4
Lancheros	11	1.7
Transporte Lacustre	77	12.1
Alcaldía	18	2.8
Comunidad	54	8.4
Nadie	6	0.9
Otros	0	0
No responde	2	0.3
TOTAL	397	100%

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 10: ¿Qué sugerencias haría para incentivar el desarrollo del turismo en la ciudad de Los Puertos de Altagracia.

Una vez analizadas las sugerencias, se determinó que la mayoría de los encuestados coinciden en mejorar la vialidad, el alumbrado, la señalización, los servicios públicos del municipio especialmente el agua, crear módulos de información turística, así como la construcción de hoteles y restaurantes, entre otros. Igualmente destaca la necesidad de crear centros de formación y asesoramiento turístico.

5.1.2 Síntesis perfil de opinión de la Comunidad Receptora hacia la Actividad Turística

Según los resultados de la encuesta aplicada a residentes de la ciudad de Los Puertos de Altagracia, donde se puede determinar cómo está conformado y cuáles son sus características en términos socio-económicos, socio-culturales y de opinión hacia la actividad turística de los residentes del casco histórico. Algunos de los rasgos más relevantes, que se desprende de la encuesta son los siguientes:

- La mayoría de los encuestados son mujeres de nacionalidad venezolana, con una edad comprendida entre treinta y uno (31) a cuarenta (40) años, casadas y el nivel de formación predominantemente es de diversificado seguidos en educación superior.
- La mayoría de los encuestados son empleados, los grupos familiares están conformado entre dos (2) a seis (6) miembros, y con un ingreso mensual

entre 2.001 a 3.000 BsF (entre 465 a 697 \$, con un dólar controlado de 4.30 \$ por BsF).

- Consideran importante la actividad turística, y opinan que el mayor potencial como atractivo del Municipio son las playas, seguido de las fiestas patronales y gastronomía, en referencia al patrimonio edificado del casco histórico creen que el mayor potencial como atractivo turístico lo ocupa la edificación “Iglesia Nuestra Sra. de Altagracia”, seguido del Museo: “Centro Histórico de Los Puertos de Altagracia”.
- Manifiestan los encuestados que para desarrollar el turismo es necesario entre otras cosas de más apoyo gubernamental construcción de hoteles y restaurantes, mejorar servicios de infraestructuras y más información turística.
- Los pobladores consideran como buenos, los servicios de: gas, recolección de basura, cloacas, telefonía, y malo los servicios de: agua, vialidad y como regulares electricidad seguridad y salud.
- Ven el turismo a futuro como muy beneficioso y más importante que en la actualidad, tanto para los dueños de playas y restaurantes como para la comunidad.

5.2 Presentación y Análisis del Cuestionario dirigido a los Visitantes o Turistas de la Parroquia Altagracia

En este segmento se presentan y analizan los resultados obtenidos en el cuestionario aplicado, conforme a las dimensiones e indicadores planteados para medir las variables relacionadas y el objetivo específico que propone *definir las características del visitante o perfil de la demanda turística, de Los Puertos de Altagracia, en el municipio Miranda*, en dos (2) períodos, el primero se aplicó en el año 2012, correspondiendo con las fiestas de carnaval (del 18 al 21/02/2012) y Semana Santa (del 05 al 08/04/2012) y el segundo en el año 2013, correspondiendo con los carnavales (del 09 al 12/02/2013) y Semana Santa (del 21 al 24/03/2013). Se contó con el apoyo de los jóvenes del Camino Neo-catecumenal de la parroquia Altagracia, y estudiantes de las misiones en turismo de la Alcaldía Bolivariana de Miranda.

5.2.1 Variable: Características de la Demanda Turística

Dimensión: Perfil del Turista

A. Indicador: Datos socio-económicos

Ítem 1: Edad

Al analizar este aspecto se determinó la edad promedio del turista, los resultados muestran que, el mayor porcentaje se encuentra entre las edades de 30 a 60 años con un 58.5 y 63.5%, respectivamente seguidos de 30.5 y 31% en edades entre 19 y 29 años, esto evidencia que la edad del entrevistado corresponde con personas adultas como líderes del grupo (Figura 27).

Opción de Respuesta Edades	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Menos de 18	7	2
De 19 a 29	30.5	31
De 30 a 60	58.5	63.5
Más de 60	3.5	2
No responde	0.5	1.5
TOTAL	100%	100%

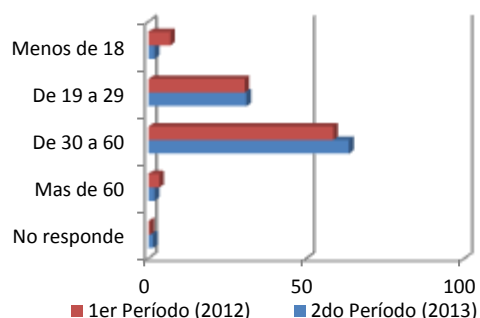


Figura 27. Edad del Entrevistado (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 2: Género

El propósito de este análisis es discriminar por sexo los turistas que ingresan. De la consulta realizada se observa que hay un ligero predominio del género masculino (Figura 28).

Opción de Respuesta Género	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Masculino	53	54.61
Femenino	46.5	44.62
No responde	0.5	0.77
TOTAL	100%	100%

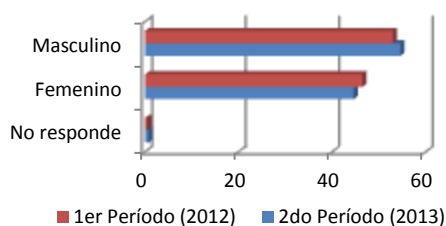


Figura 28. Género del Entrevistado (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 3: Ocupación.

El análisis de la ocupación refleja que el nivel más alto de ocupación para los dos períodos del entrevistado lo tienen los “profesionales en libre ejercicio”, con el 59% y 52%, seguido de los que “no respondieron” con 48% y 30%, “trabajadores o comerciantes” 13% y 21%, “empleados” y “empresarios” con el 16% y 14% respectivamente, “oficios del hogar” con 11% y 19% como los valores más representativos el resto de los valores se reparten entre obreros, estudiantes,

desempleados, jubilados y otros que se dedican a las actividades agrícolas, manuales artesanales entre otras. (Figura 29).

Opción de Respuesta Ocupación	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Empleado	16	14
Prof. libre ejercicio	59	52
Empresario	14	16
Estudiante	7	12
Oficios del Hogar	11	19
Obreros	9	12
Desempleado	9	11
Jubilado	8	6
Trabajador comerciante	13	21
Otros	6	7
No responde	48	30
TOTAL	100%	100%

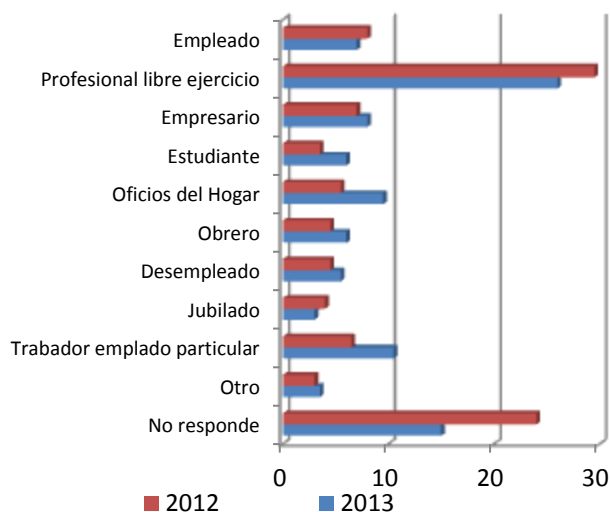


Figura 29. Ocupación del Encuestado (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 4: Estado Civil.

Otro dato registrado corresponde con el estado civil, refleja que, tanto en la medición del primer y segundo período el mayor grupo lo conforman según el estado civil los casado seguidos del grupo de solteros (Figura 30).

Opción de Respuesta Estado Civil	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Soltero	40	31.5
Casado	48	56
Divorciado	6.5	5.5
Viudo	2.5	2.5
Concubino	3	4.5
Otro/ No responde	0	0
TOTAL	100%	100%

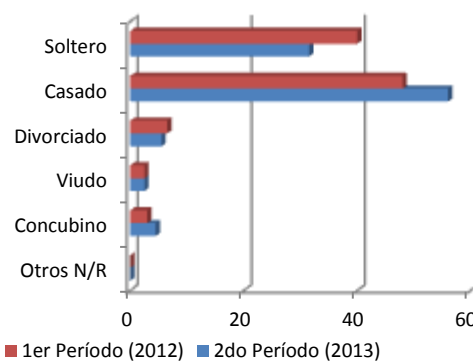


Figura 30. Estado Civil del Entrevistado (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 5: Nivel Educativo

El grado de instrucción de los encuestados refleja que, el mayor porcentaje con 34.5 y 40%, para los dos (2) períodos lo tiene el nivel universitario, el porcentaje correspondiente al grupo de educación diversificada ocupa la segunda posición y la educación técnica con 20 y 12.5% para la tercera opción (Figura 31).

Opción de Respuesta Nivel Educativo	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Básica	17	10
Diversificada	23	30
Técnica	20	12.5
Universitaria	34.5	40
Posgrado	4	5.5
No posee/No responde	1.5	2
TOTAL	100%	100%

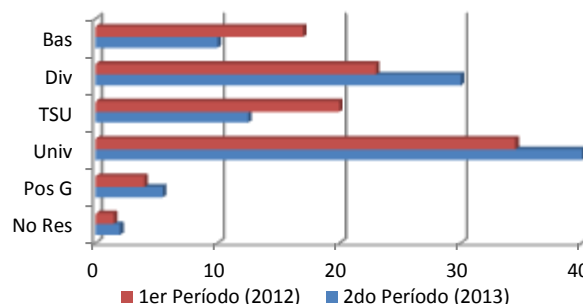


Figura 31. Nivel Educativo del Entrevistado (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 6: Nivel de ingreso mensual.

El ítem expresar cual es el estatus económico en el que se encuentran los consultados siendo el sueldo mínimo de (2.047.50 BsF que en dólares regulados 476\$), obteniéndose los resultados siguiente: 23.5 y 25.38% para los dos (2) períodos manejan un ingreso entre 2001 a 3000 BsF (entre 465 a 697 \$, con un dólar controlado de 4.30 \$ por BsF), los montos restantes mantiene una diferencia, ubicándose para período 2012 con 21% los que ganan más de 6000 BsF(1395 \$), y luego con el 14.5% los que reciben entre 5001 a 6000 BsF (1.163 a 1.395 \$) ; por su parte para el período 2013 el segundo valor de ingreso lo ocupan los de menor ingreso es decir, menos de 2.000 BsF (465 \$) con el 17.69% y con 11.54% los que manifestaron percibir más de 6.000 BsF (1.395 \$ y más). El resto de los valores mantiene una tendencia similar para ambos períodos, es de hacer notar que para el período del año 2013 se nota una baja en los niveles de ingresos de los turistas según sus respuestas y una tendencia del 18.46% a no responder (Figura 32).

Opción de Respuesta Ingreso en Bolívars Fuertes	1er Período (2012) %	2do Período (2013)%
Menos de 2000	13	17.69
De 2001 a 3000	23.5	25.38
De 3001 a 4001	13	9.24
De 4001 a 5000	11	10
De 5001 a 6000	14.5	7.69
Más de 6000	21	11.54
No responde	4	18.46
TOTAL	100%	100%

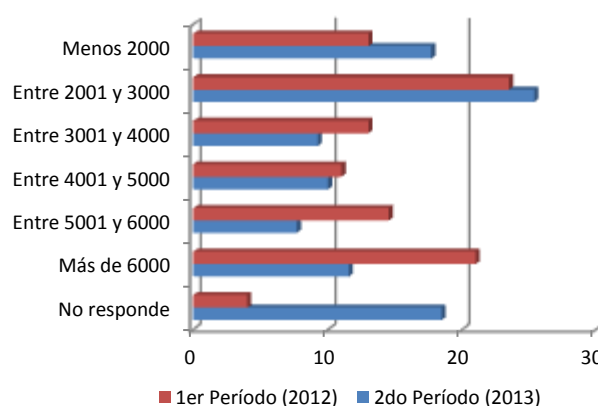


Figura 32. Nivel de Ingreso Mensual Entrevistado (%)

Fuente: Elaboración propia

B. Indicador: Aspecto relativos al viaje

Item 1: Lugar de residencia permanente

La mayoría de los encuestados manifestaron su procedencia de ciudades como Maracaibo, con un 59.5 y 57% para el período 2012, Cabimas con 11 y 12.5%, Ciudad Ojeda con un 6.5 y 4.5%, San Francisco con 3.5 y 5.5%, lo cual indica que, sumados da un 80.5 y 79.5% de ciudades cercanas del mismo Estado Zulia, lo que implica que la mayoría de los visitantes son de escala regional, el resto 18.5% son de diferentes ciudades de otros estado que se desplazan desde la zona centro occidental, llaneros, andinos, orientales de país. Los entrevistados de otros países como Colombia (1 y 1.5%) y México (0.5%), fueron turista que viene invitados al país como delegados culturales y es común su presencia en temporadas de Carnaval en el municipio (Figura 33).

Opción de Respuesta Ciudad / País	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Ciudades Municipio del Zulia		
Maracaibo	59.5	57
Cabimas	11	12.5
Ciudad Ojeda	6.5	4.5
La Rita	2.5	3
Lagunillas	1.5	1.5
San Francisco	3.5	5.5
El Mojan	0.5	
Ciudades de otros Estados		
Dabajuro	0.5	
Mene Mauroa	1	0.5
Coro	2	1
Valera	1	1.5
Trujillo		0.5
Barquisimeto	1	0.5
Valencia	0.5	0.5
Maracay	0.5	0.5
Portuguesa	0.5	1.5
Barinas	1	
San Cristóbal	0.5	1.5
Mérida	0.5	0.5
Distrito Capital	1	0.5
Los Teques	0.5	
Puerto La Cruz	0.5	
Cumaná	1.5	0.5
Puerto Ordaz		0.5
Ciudades / País		
Colombia / Bucaramanga		1.5
Barranquilla	1	
México / DF		0.5
No Responde	1.5	4
TOTAL	100%	100%

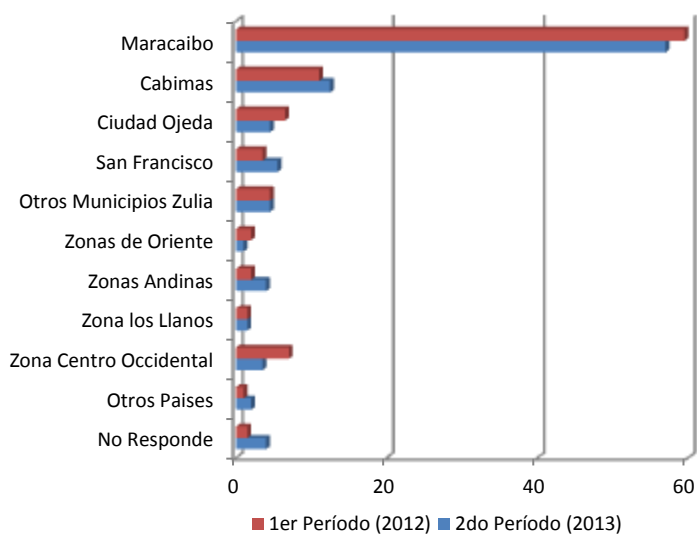


Figura 33. Lugar de Residencia Permanente (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 2: ¿Cuál es el principal motivo de su visita?

El 43.5 y 49.5%, de las visitas a Los Puertos de Altagracia en 2012 y 2013 respectivamente fue por vacaciones/ocio, seguidos por motivos gastronómicos con 20.37 y 23.1% para cada período, luego familiares y amigos con el porcentaje de 18.82 y 14.24%, los motivos religiosos un 5.56 y 3.8%, como los más representativos, lo que muestra la tendencia por los períodos en que se aplicaron los instrumentos (Figura 34).

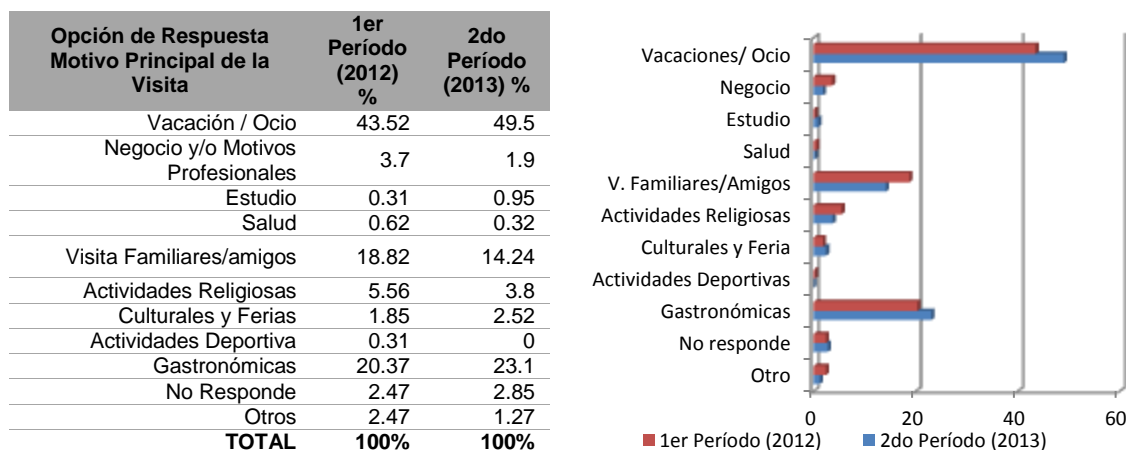


Figura 34. Motivo de la Visita (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 3: Lugares visitados.

Los lugares visitados reflejan que el 40.63 y el 38.24% de los encuestados se dirigen hacia las playas como lugar más demandado, seguidamente la visitar a familiares y amigos los restaurantes y el casco histórico incluyendo la Iglesia (Figura 35).

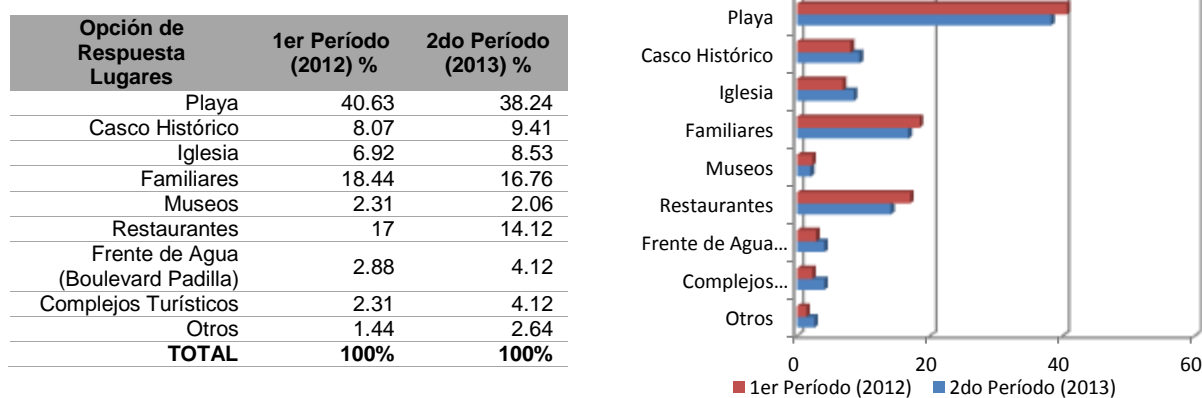


Figura 35. Lugares Visitados (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 4: ¿Qué es lo que más le atrae del destino?

Un 40.85 y 46.21% respectivamente respondió las playas, 20.28 y 16.62% gastronomía, 12.11 y 10.92% el casco histórico y el frente de agua (Figura 36).

Opción de Respuesta Lugares	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Playas	40.85	46.21
Parque Nacional "Los Olivitos"	1.41	3.13
Casco Histórico de Altagracia	12.11	10.92
Frente de Agua	8.44	6.93
Negocios	3.38	1.28
Travesía por el Lago	6.2	4.4
Gastronomía	20.28	16.62
Complejos Turísticos	0.85	0
El trato de la Gente	2.25	5.68
No me atrae nada	0	0
No sabe	0	0
Otros	4.23	4.83
TOTAL	100%	100%

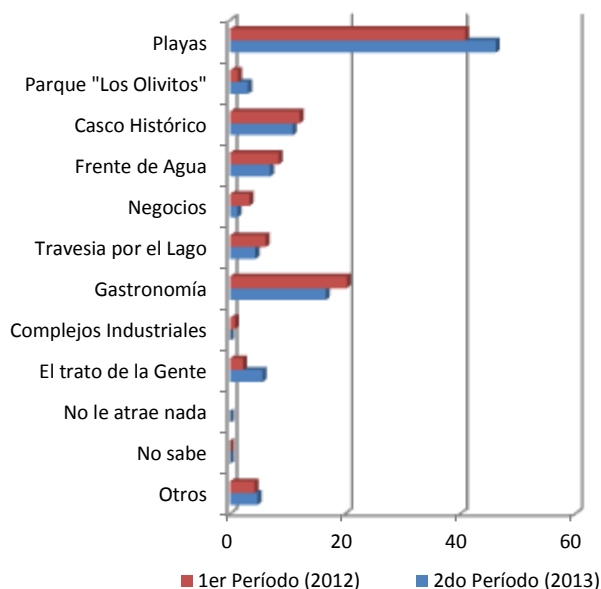


Figura 36. Que le atrae del destino (%)

Fuente: Elaboración propia, 2013

Ítem 5: ¿Número de veces que ha visitado el municipio?

En cuanto a la frecuencia de visitas, la mayoría de la personas encuestadas vienen frecuentemente y si lo sumamos con el porcentaje de muy frecuentemente tenemos una frecuencia relativa de 63.5 y 48.5%, lo que demuestra que las personas mantiene un nivel alto de "fidelidad" (Figura 37).

Opción de Respuesta Frecuencia	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Por primera vez	6.5	21.5
Pocas veces	30	30
Frecuentemente	43.5	33
Muy frecuentemente	20	15.5
TOTAL	100%	100%

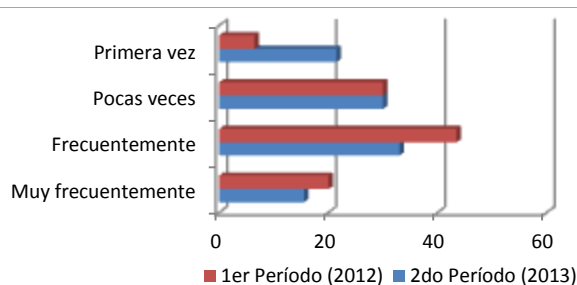


Figura 37. Frecuencia de Visitas (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 6: ¿En cuál temporada visita al municipio?

Dado que muchos de los entrevistados han visitado Los Puertos más de una vez se obtuvieron respuestas múltiples, ubicándose la mayoría en período de estacionalidad como Semana Santa y Carnaval lo que evidencia la alta tendencia que tiene el Municipio en renglón sol y playa, luego sigue las frecuencias de visita los fines de semana y en tiempos de ferias populares como la “Vuelta al Terruño”, entre otros; lo que evidencia que Los Puertos reciben visitantes en todas las épocas del año, mayormente en temporada alta (Figura 38).

Opción de Respuesta Temporada	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Fin de Semana	14.16	15.14
Días Feriados	5.02	6.68
Feria Vuelta al Terruño	8.22	9.36
Navidad	5.71	8.46
Carnaval	24.66	28.06
Semana Santa	38.13	25.62
Vacaciones Escolares	4.1	6.68
Otros	0	0
TOTAL	100%	100%

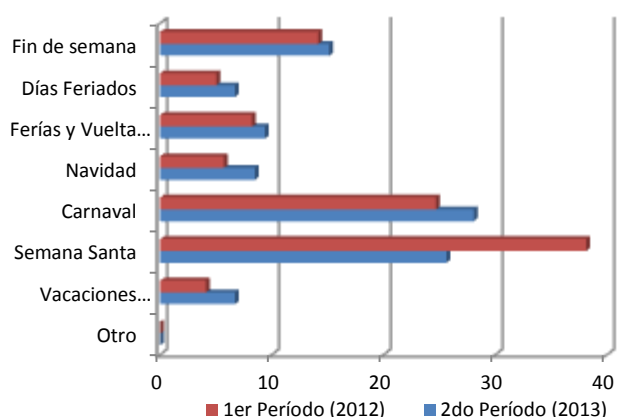


Figura 38. Temporada de la Visita (%)

Fuente: Elaboración propia.

Ítem 7: Duración de la Estancia

En cuanto a la duración de los turistas en el municipio, destacan los que permanecieron menos de 24 horas es decir los excursionistas con el 51.5 y 47%, el porcentaje restante se distribuyó entre los que permanecieron desde una noche hasta más de cuatro (4) noche con una tendencia homogénea o proporcional (Figura 39).

Opción de Respuesta Nº de Noches	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Excursionista < 24 horas	51.5	47
Una noche	9.5	12.5
Dos noches	7.5	18.5
Tres noches	10.5	11.5
Cuatro noches	9.5	6
Más de cuatro noches	11.5	4.5
No Responde	0	0
TOTAL	100%	100%

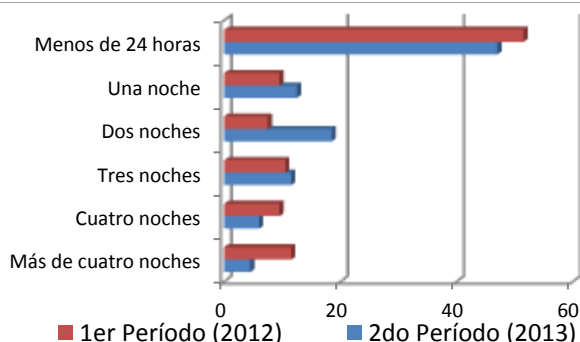


Figura 39. Duración de la Estancia (%)

Fuente: Elaboración propia.

Ítem 8: ¿Con quién visitó usted el municipio?

Según las respuesta obtenidas el 58 y 62.5% visitaron la ciudad con miembros de su familia, seguido de las visitas en grupos de compañeros o amigos el 18 y 24.5% los valores restante visitaron solos y en parejas (Figura 40).

Opción de Respuesta Con quien visito	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Solo	15	9
En pareja	9	4
En grupo	18	24.5
En familia	58	62.5
TOTAL	100%	100%

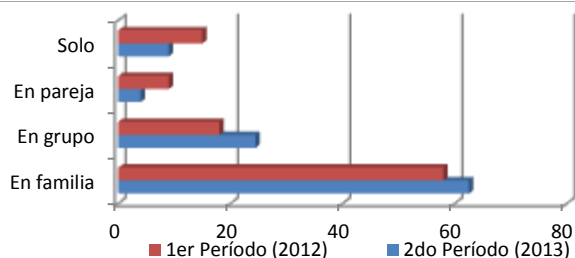


Figura 40. Personas con quien visito

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 9: Tamaño y edades del grupo de acompañantes

Las edades del grupo de acompañantes incluyendo al entrevistado lo tiene el grupo de adultos entre 30 y 60 años, seguido del grupo de jóvenes entre 19 a 29 años y los adolescentes entre 12 a 18 años el resto de los valores se reparten entre los niños bebes y adultos mayores (Figura 41).

Opción de Respuesta Edad	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Bebes (0 a 2)	6.31	11.2
Niños (3 a 11)	10.29	15.27
Adolescentes (12 a 18)	24.95	15.35
Jóvenes (19 a 29)	27.38	20.95
Adultos (30 a 60)	28.93	34.61
Adultos Más de 61	2.41	2.62
TOTAL	100%	100%

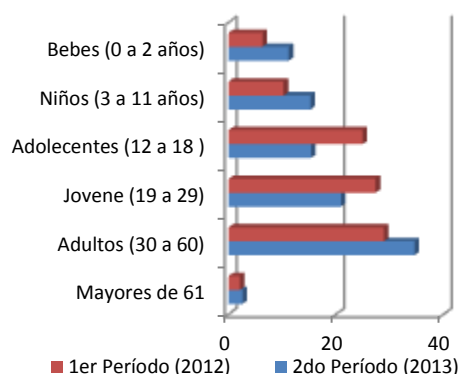


Figura 41. Edades del Grupo de Acompañantes

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 10: Tipo de alojamiento que utilizado

Se evidencia la relación entre lo expresado en el porcentaje mayor de los visitantes son excursionistas (51, 5% en 2012 y 47% en 2013), el resto corresponde con los porcentajes que dijo haber permanecido en el destino más de 24 horas (48.5% en 2012 y 53% en 2013), y el tipo de alojamiento utilizado por los encuestados fue en casa de familiares o amigos con el 30.5 y 26% el resto se distribuye entre hoteles casa alquilada, propia, o enramada (choza de palmas de coco) en la playa (turismo de sol y playa). Dada la carencia de infraestructura hotelera para cubrir la demanda (Figura 42).

Opción de Respuesta Tipo de alojamiento	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Hotel	3.5	1
Residencia	0.5	0
Motel	2	0
Casa alquilada	1.5	5.5
Casa de Familiar o amigo	30.5	29
Casa propia	5	2.5
Cuarto Alquilado	0	3
Carpa	1	0
Enramada	4.5	3
Ninguno	51.5	46
TOTAL	100%	100%

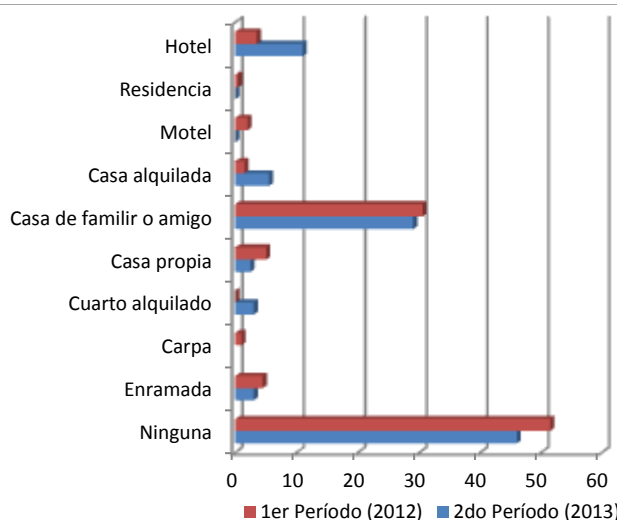


Figura 42. Alojamiento utilizado (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 11: Lugar donde consumió alimentos y bebidas

En cuanto alimentos y bebidas para el período 2012 el 30, 53% consumió alimentos en restaurantes y el 26.72% por su cuenta, para el período 2013 el primer grupo con 30, 21% por su cuenta, y el segundo con el 28.86% en restaurantes lo que evidencia en esta segunda medición una tendencia a consumir más alimentos traídos por los visitantes, la tercera posición la ocupa el consumo realizado en casa de familiares o amigos (Figura 43).

Opción de Respuesta Donde comió	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Restaurantes	29.34	30
Barras, discotecas, cervecerías	8.26	4.58
Venta de comida informal	10.74	9.17
Casa de familiar o amigo	25.21	24.58
Por su cuenta	26.45	31.67
TOTAL	100%	100%

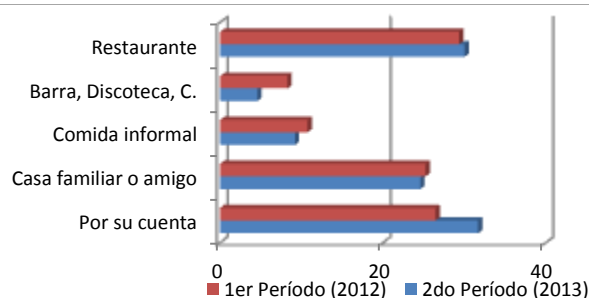


Figura 43. Lugar donde consumió Alimentos y Bebidas (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 12: Atención ofrecida por el establecimiento

Según los encuestados la atención ofrecida por los establecimientos de venta de alimentos y bebida para los dos (2) períodos es similar evaluándola más de la mitad de los entrevistados 57.14% como buena y muy buena 25.72%, solo un pequeño grupo la evalúan como mala o muy mala (Figura 44).

Opción de Respuesta Atención	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Muy Buena	25.72	27.78
Buena	57.14	57.78
Regular	10.48	7.78
Mala	4.76	5.56
Muy Mala	1.9	1.1
TOTAL	100%	100%

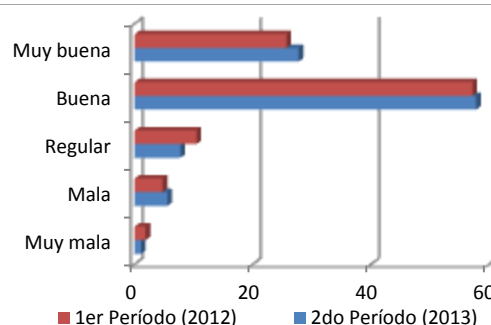


Figura 44. Atención Ofrecida (%)

Fuente: Elaboración propia

Ítem 13: Calidad de alimentos y bebidas

En este ítem se mide la calidad de los alimentos y bebidas que consumen los turistas-visitantes, siendo evaluados como bueno con un 60.95 y un 54.44%, seguidos de los que opinan su degustación como muy buenos, solo el 11.43 y 7.78% los evaluaron como regulares (Figura 45).

Opción de Respuesta Calidad del Servicio	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Muy Bueno	24.76	37.78
Bueno	60.95	54.44
Regular	11.43	7.78
Malo	2.86	0
Muy Malo	0	0
TOTAL	100%	100%

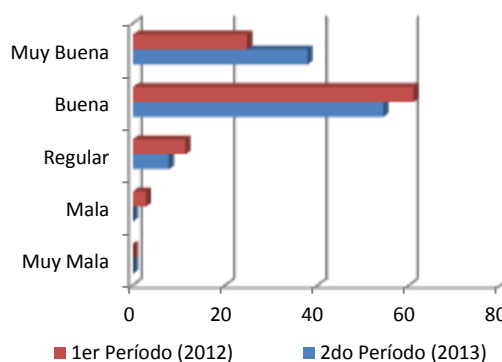


Figura 45. Calidad en Alimentos y Bebidas (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 14: Costos por servicio en alimentos y bebida

La muestra de los costos por servicios en relación al costo del consumo evidenciándose una tendencia a evaluarlos como adecuado con tendencia hacia los precios bajos, solo el 20.96 y 16.67% los consideraron elevados (Figura 46).

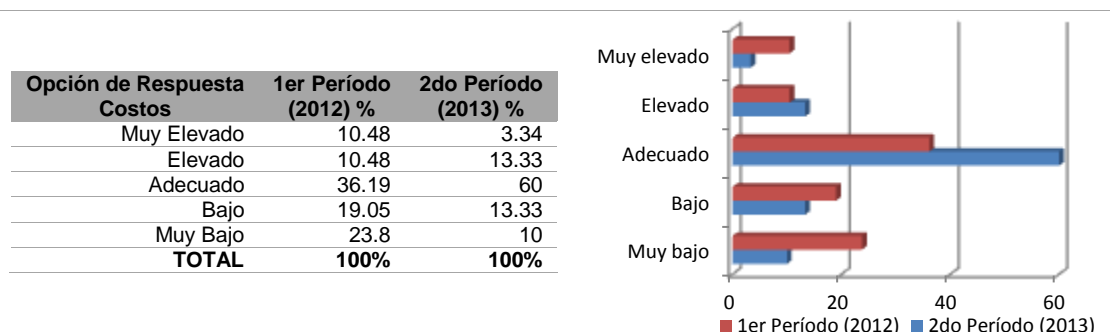


Figura 46. Costos en Alimentos y bebidas (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 15: Transporte utilizado para visitar el municipio.

De los visitantes encuestados el 52.83 y 54.67% manifestaron venir al municipio en carro propio, el 18.87 y 25.12% lo hacen en transporte lacustre, un 12.26% manifestó en el período 2012 utilizar carro por puesto, y como tercera opción para el período 2013 utilizaron el auto bus (Figura 47).

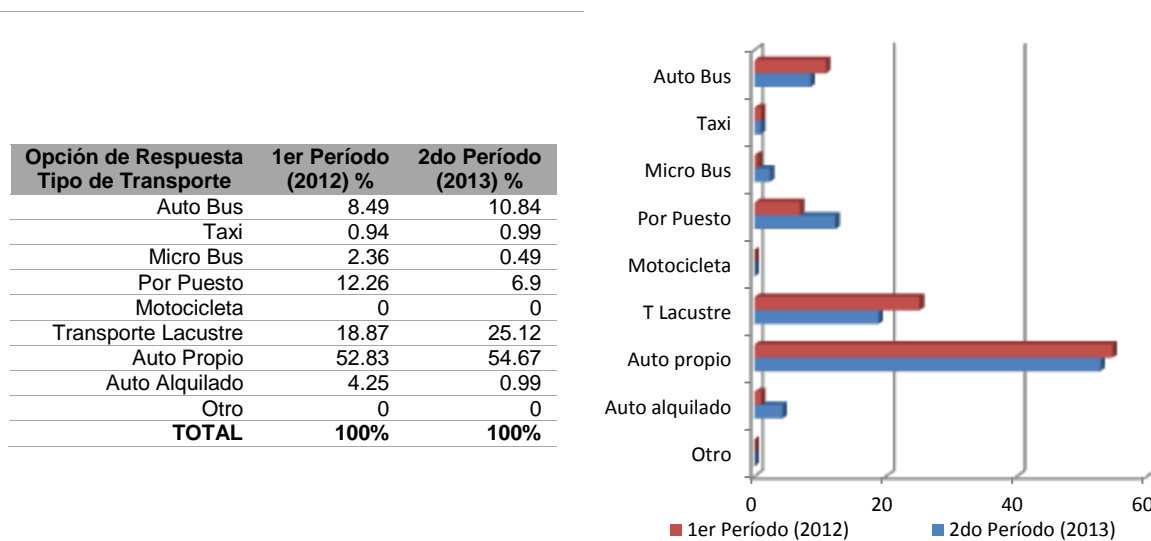


Figura 47. Transporte utilizado para visitar el Municipio (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 16: Atención servicio de transporte.

La atención prestada por el servicio de transporte para los encuestados que utilizaron el transporte público para trasladarse la tendencia es muy clara para evaluarlas como buena o muy buena (Figura 48).

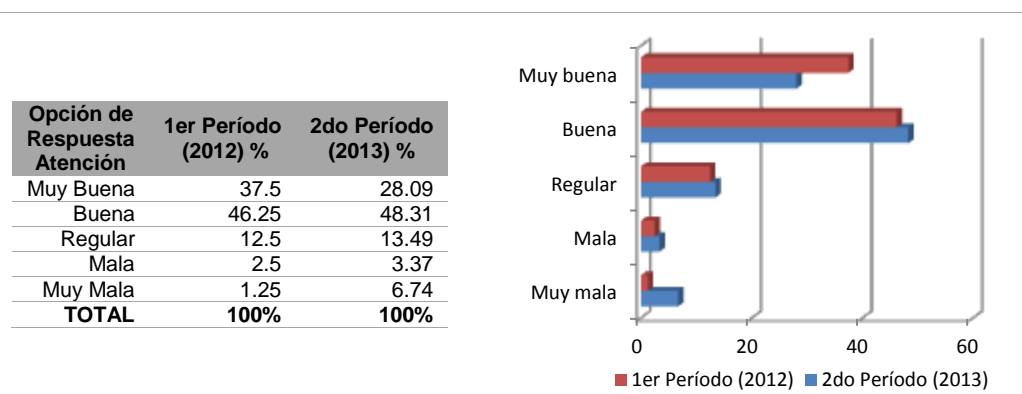


Figura 48. Atención del Servicio de Transporte (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 17: Calidad del servicio de transporte

Coincidiendo con las respuestas anteriores mostrada, los visitantes que se trasladan en transporte público al municipio lo evaluaron con una tendencia superior al 60% como buena o muy buena, la calidad del servicio prestado; sin embargo, algunos evaluaron el servicio como malo o muy malo (Figura 49).

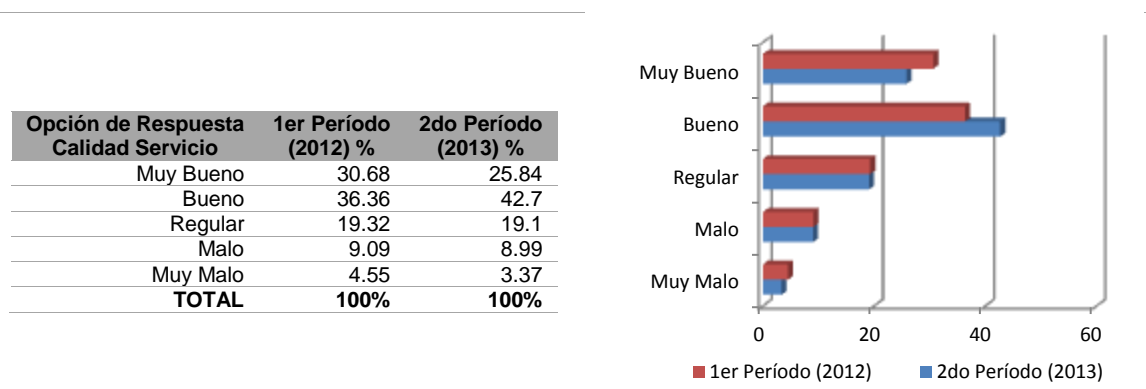


Figura 49. Calidad del Servicio de Transporte (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 18: Costo del servicio de transporte.

En cuanto a los costos del servicio de transporte para el período 2012 lo evaluaron con el 58.7% como bajo seguido del 31.53% adecuado, por su parte para el período 2013 lo valoraron con el 49.44% como adecuado y con el 19.1% como bajo, lo que evidencia una tendencia a considerar los precios del transporte público como económico, eso es debido en primer lugar a los costos de la gasolina y a que muchos utilizaron el transporte lacustre que tiene precios subsidiados muy por pertenecer a la Alcaldía del Municipio (Figura 50).

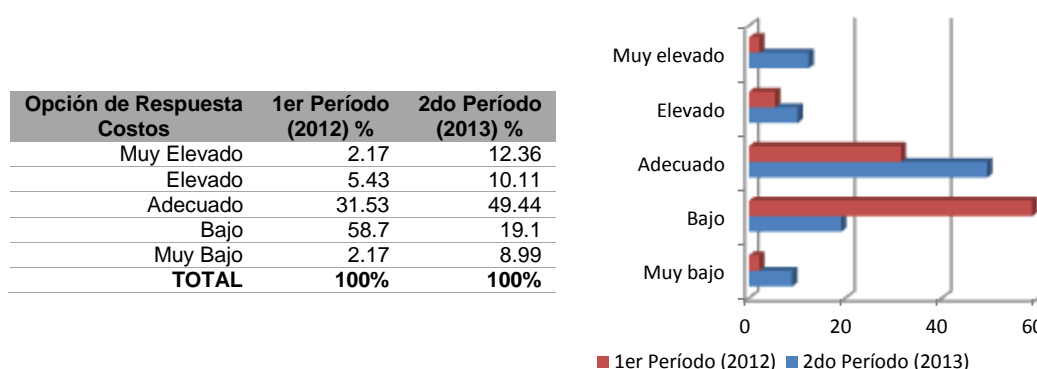


Figura 50. Costo del Servicio de Transporte (%)

Fuente: Elaboración propia.

Ítem 19: Transporte utilizado para movilización interna.

Los consultados que se trasladan dentro del municipio mayoritariamente son los que utilizan su propio auto, seguidos de los que se trasladan en carros por puesto (auto de 5 puestos utilizado colectivamente) y luego los que utilizan el servicio micro bus de la Alcaldía (Figura 51).

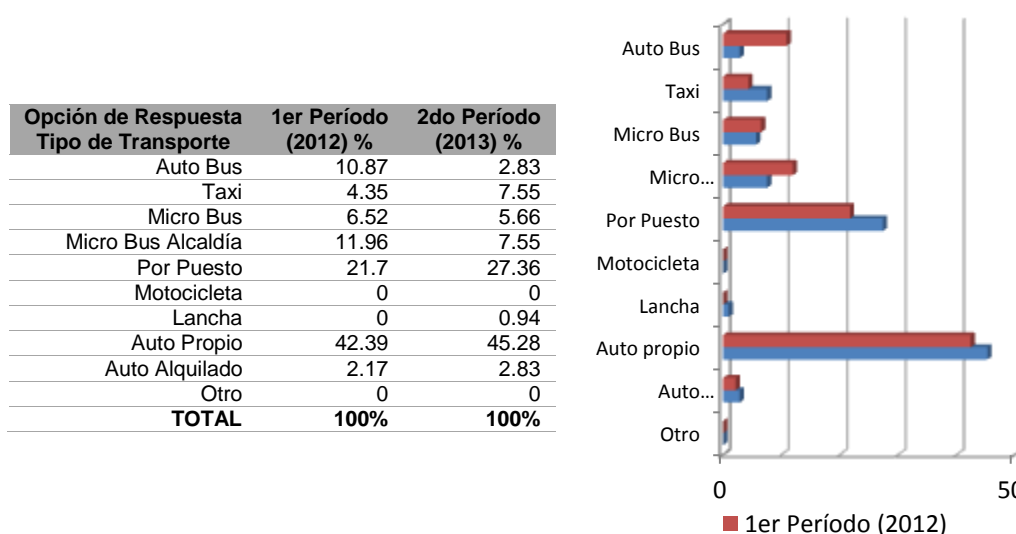


Figura 51. Transporte Utilizado para Movilización Interna (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 20: Atención servicio de transporte interno

Los usuarios encuestados que no se trasladan en vehículos propios evaluaron en general la atención del servicio mayoritariamente como buena y con valores cercanos como regular y muy buena (Figura 52).

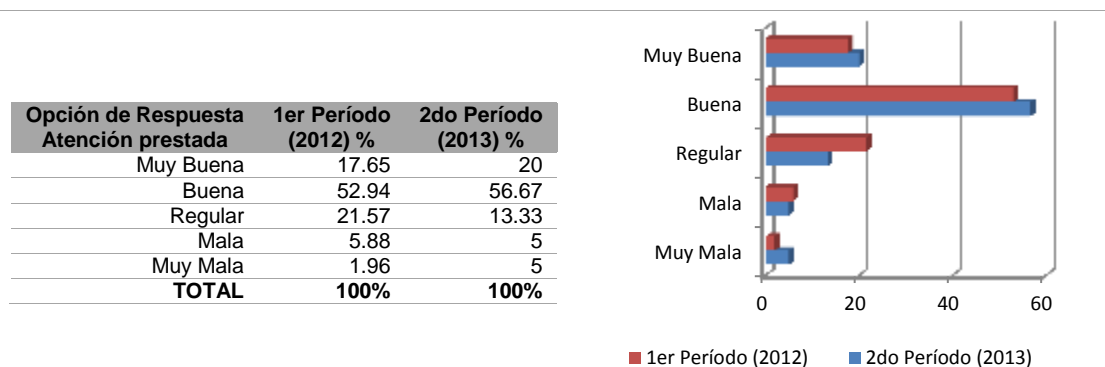


Figura 52. Atención del Servicio de Transporte (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 21: Calidad del servicio de transporte

En cuanto a la calidad los usuarios en su mayoría la califican como buena y de regular para ambos períodos, se nota igualmente que para el período 2013 la calidad tendió a disminuir ya que se duplicó los que piensan que es mala o muy mala (Figura 53).

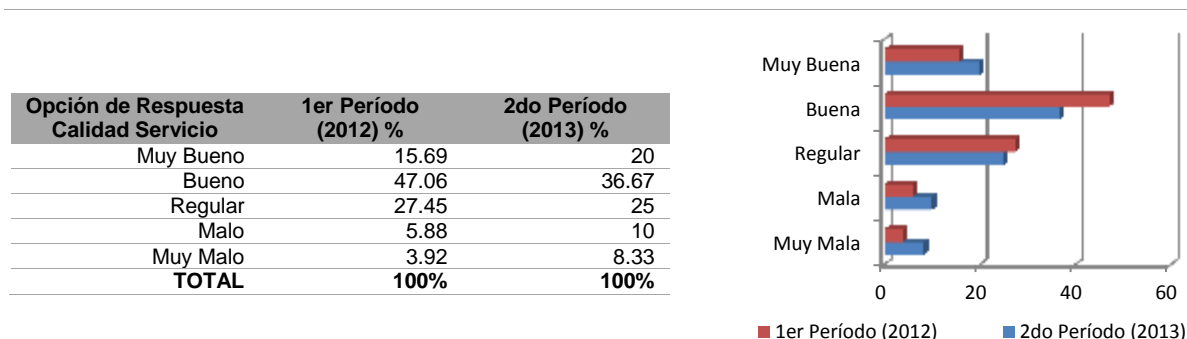


Figura 53. Calidad del Servicio de Transporte (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 22: Costo del servicio de transporte.

Los visitantes que realizaron traslados dentro del municipio opinan en general sobre los costos del transporte que sus tarifas son adecuadas, como segundo grupo los que opinan que son elevados y un tercer grupo piensan que son bajo (Figura 54).

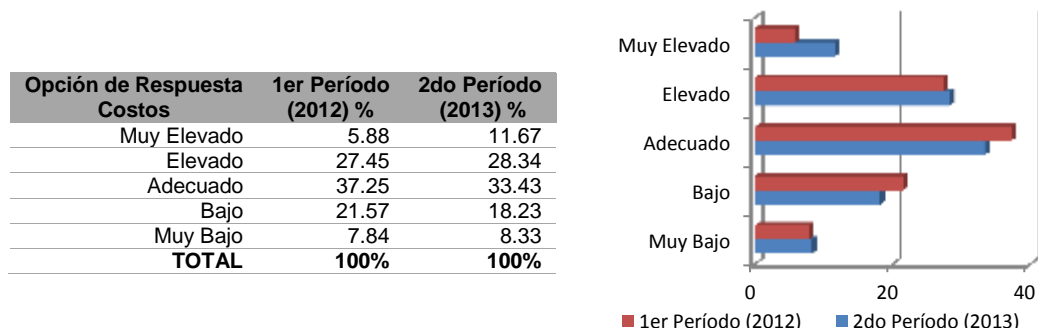


Figura 54. Costo del Servicio de Transporte (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

C. Indicador: Actividad desarrollada

Ítem 1: ¿Qué actividad desarrolló durante su permanencia?

Los entrevistados destacaron con el 22.65 y 27.17% las actividades recreativas como las más frecuentes, seguido con algunos cambios según el período las actividades como descansar, gastronómicas, visitar familiares y lugares turísticos entre otras (Figura 55).

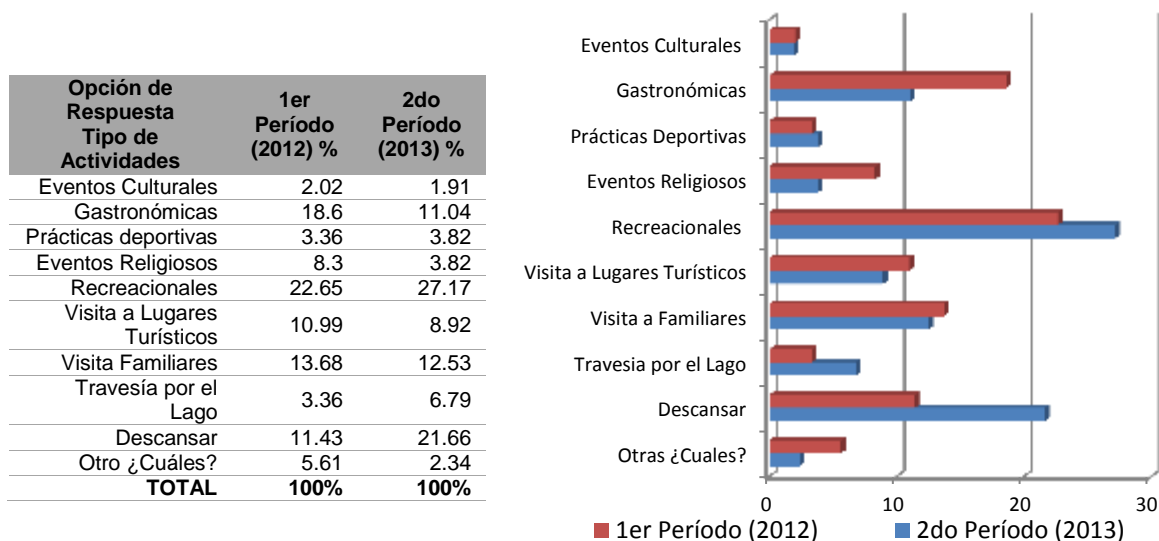


Figura 55. Actividades Desarrolladas Durante Permanencia (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 3: Opinión sobre diversos aspectos de la ciudad

En opinión de los visitantes consultados sobre diferentes aspectos como visitantes/turistas de la ciudad de Los Puertos de Atagracia y el municipio consideraron para el 1er período 2012, si se unen los valores de muy buenos y buenos se obtiene como resultado que: el clima con 84.72%, la hospitalidad de la gente con 78.47%, los lugares visitados 73.07%, la seguridad 68.34%, los precios bajos 64.62% y la señalización 58.47% como los mejores evaluados, como regulares la vialidad 43.08%, dentro de los que opinaron como malo se encuentra el servicio de alojamiento con 25.38% y para los que “no contestaron” los valores mayores los poseen los servicios básicos 43.85% y el servicio de alojamiento con el 42.31% para el período 2012 (Tabla 34 y Figura 56).

Tabla 34. Opinión sobre Diversos Aspectos 1er Período 2012 (%)

Qué opina sobre:	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo	N/C
Valor del Patrimonio Cultural	6.92	33.85	20.77	2.31	1.54	34.62
Lugares Visitados	19.32	53.75	13.85	3.08	0.77	9.23
Servicios Básicos	1.54	24.62	22.31	5.38	2.31	43.85
Seguridad	26.14	46.2	12.08	1.77	0	13.85
Vialidad	6.92	24.62	43.08	13.85	6.15	5.38
Tráfico	8.46	45.39	31.54	6.15	0.77	7.69
Estacionamiento	6.15	46.92	20.77	2.31	4.62	19.23
Señalización	13.85	44.62	15.38	7.69	2.31	16.15
Hospitalidad y trato de la gente	33.85	44.62	10	2.31	0	9.23
Mantenimiento y Conservación	7.69	42.31	34.62	8.46	3.08	3.85
Servicio de Alojamiento	6.92	9.23	13.85	25.38	2.31	42.31
Clima	43.18	41.54	7.69	0.77	1.54	5.28
Precios en General	27.69	36.93	19.23	6.15	4.62	5.38
TOTAL	100%					

Fuente: Elaboración propia 2013

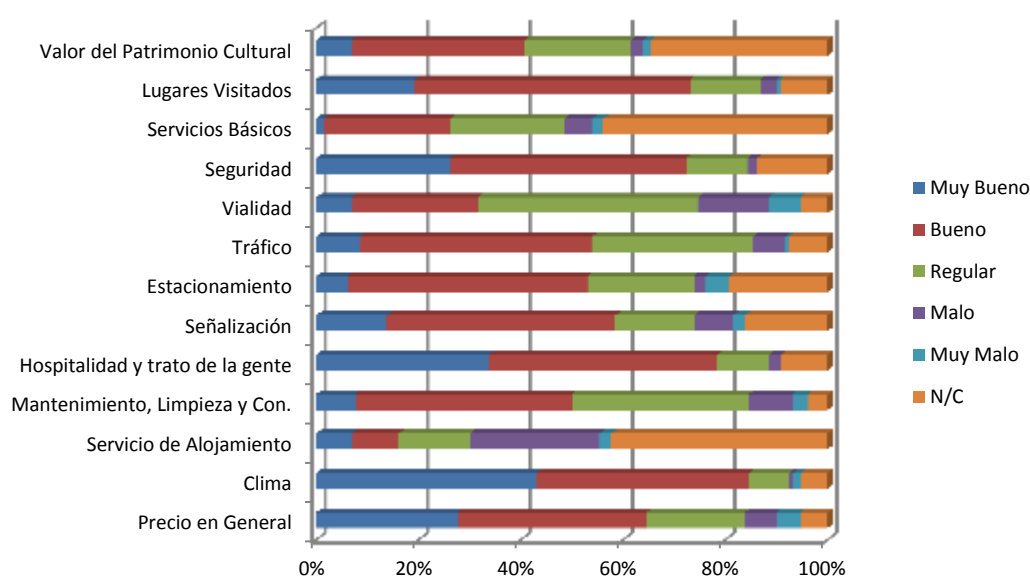


Figura 56. Opinión sobre Diversos Aspectos 1er Período 2012.

Nota: N/C: no conoce:

Fuente: Elaboración propia 2013

Por otra parte, para el 2do período 2013, los resultados demuestran ser muy similares al periodo 2012, cuya tendencia se inclina a ser evaluados como buenos, donde si al unir los valores correspondientes entre los muy buenos y buenos se obtiene que: el clima mantiene el liderazgo con el 83.84%, la hospitalidad de la gente 76.15 %, lugares visitados 73.85%, seguridad 66, 25%, Precios bajos 61.54%, como regulares la vialidad 40.77%, y sin contestar el aspecto los más valorado son el servicio de alojamiento con 53.08% y servicios básico con el 50% (Tabla 35 y Figura 57).

Tabla 35. Opinión sobre Diversos Aspectos 2do Período 2013 (%)

Qué opina sobre:	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo	N/C
Valor del Patrimonio Cultural	8.46	36.92	14.62	0	0	40
Lugares Visitados	20.77	53.08	15.38	3.08	0	7.69
Servicios Básicos	2.31	23.08	16.92	6.15	1.54	50
Seguridad	20.87	45.38	13.08	4.62	2.2	13.85
Vialidad	3.9	21.53	40.77	16.92	9.23	7.69
Trafico	6.05	42.31	33.08	10	0.77	7.79
Estacionamiento	9.13	38.46	23.85	3.08	2.41	23.08
Señalización	10.5	40.77	19.5	6.15	2.31	20.77
Hospitalidad y trato de la gente	28.46	47.69	9.77	3.08	0	11
Mantenimiento y Conservación	10.77	43.85	28.46	9.23	3.08	4.62
Servicio de Alojamiento	5.28	9.23	15.39	10.77	6.25	53.08
Clima	46.92	36.92	9.24	1.54	0	5.38
Precios en General	18.46	43.08	16.15	9.24	5.38	7.69
TOTAL	100%					

Fuente: Elaboración propia 2013

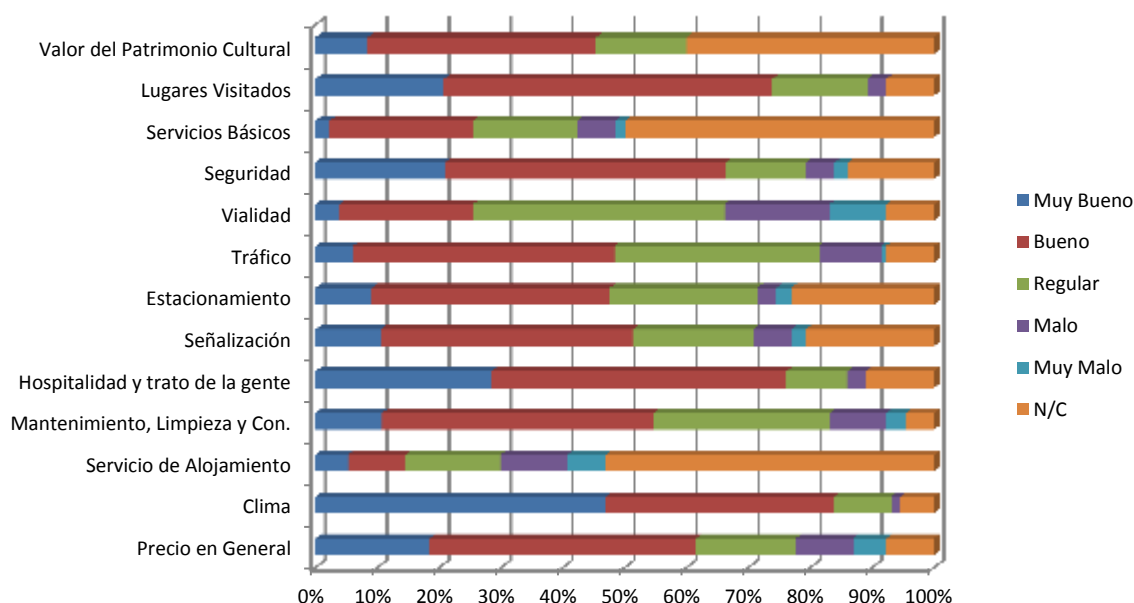


Figura 57. Opinión sobre Diversos Aspectos 2do Período 2013.

Fuente: Elaboración propia 2013

D. Indicador: Consumo

Ítem 1: Gasto promedio diario durante la visita.

En relación a esta pregunta accedieron a responder el 98% de los entrevistados para el período 2012, y para el período 2013 solo quisieron responder un 61, 5% de los consultados; reflejando en general como gasto diario del entrevistado en relación al grupo de acompañantes para el período 2012 un gasto entre 301 y 400 BsF (entre 47.7 y 63.4 \$ al cambio controlado), y para el período 2013 ligeramente mayor entre 401 y 500 BsF (entre 63.6 y 79.3 \$ al cambio controlado) (Figura 58).

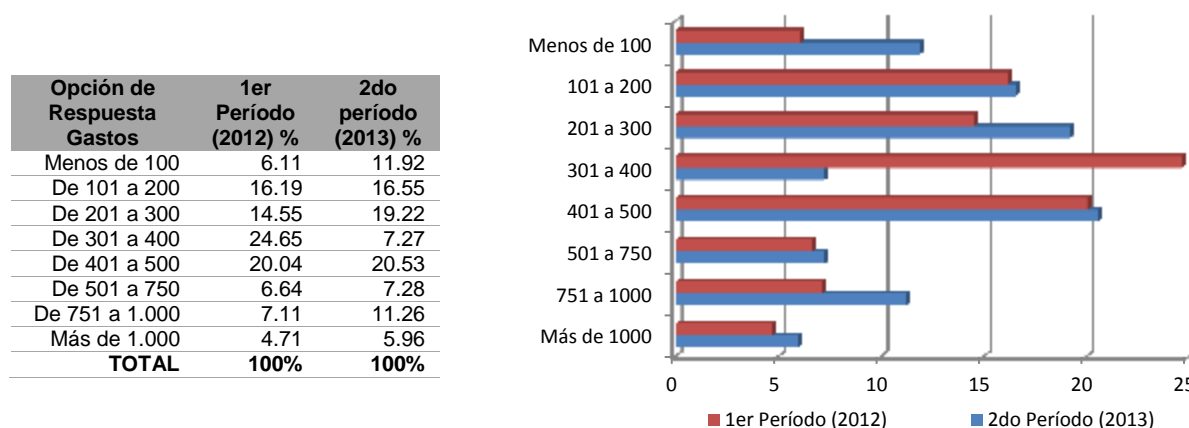


Figura 58. Gasto diario realizado durante la visita en grupo (%)

Notas: 1er Período (2012) % (1\$ = 4.30 BsF) 2do período (2013) % (1\$ = 6.30 BsF)
Fuente: Elaboración propia 201

Se consultó a los turistas y excursionistas sobre los gasto diario en general durante la visita al destino; reflejando como gasto diario para el período 2012, siendo el gasto superior con el 51,84% menos de 100 BsF (23.30 \$ o menos al cambio controlado de 4.30 \$), y para el período 2013 con el 42.23% entre 101 y 200 BsF (entre 16 y 31.70 \$ al cambio controlado de 6.30 \$) (Figura 59).

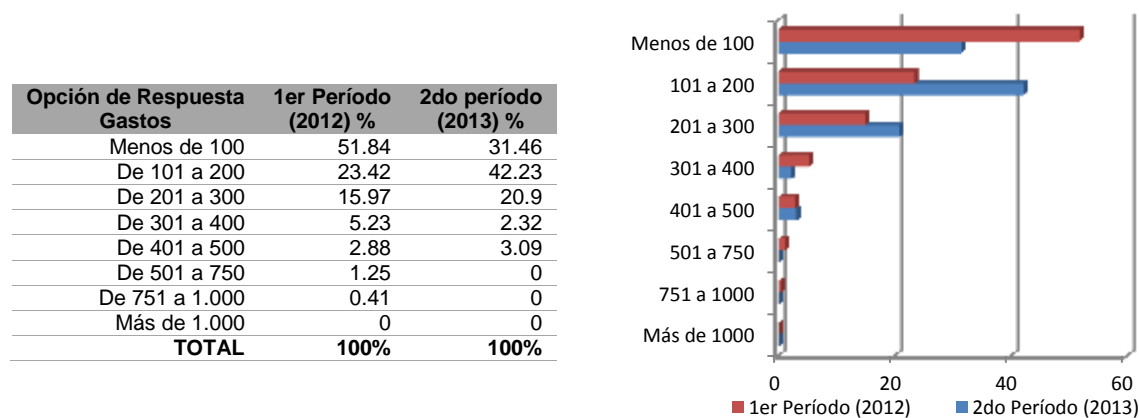


Figura 59. Gasto realizado durante la estancia (%)

Notas: 1er Período (2012) % (1\$ = 4.30 BsF) 2do período (2013) % (1\$ = 6.30 BsF)
Fuente: Elaboración propia 2013

El gasto diario de los consultados que pernoctaron en el municipio y que quisieron responder este ítem (97% 2012 y 80% 2013) refleja para los dos (2) períodos un gasto mayor en el rubro de alimentos con 37.55% para el período 2012 y 42.86% para el período 2013, seguido del gasto por transporte y alojamiento dependiendo el período consultado (Tablas 36 y 37).

Tabla 36. Gasto realizado durante la estancia por turista, por rubro (%) en Bolívares Fuertes 1er período 2012.

Gasto en BsF	Alimentación %	Alojamiento %	Transporte %	Entretenimiento %	Compras %	Otros %
Menos de 100	6.11	2.85	8.16	4.49	4.49	0.81
De 101 a 200	4.9	2.04	3.67	5.31	2.04	0.41
De 201 a 300	7.35	3.27	5.32	0.41	3.27	0
De 301 a 400	4.08	4.49	2.44	1.63	1.22	0
De 401 a 500	4.08	0.81	0	1.63	0.41	0
De 501 a 750	3.67	0.41	1.63	0	0.41	0
De 751 a 1.000	4.49	0.41	0	0	0	0
Más de 1.000	2.87	0.41	0	0	0	0
TOTAL	37.55	14.69	21.22	13.47	11.84	1.22

*Nota: Costo de la divisa para el período 2012 era de 1\$ = 4.30 BsF.
Fuente: Elaboración propia 2013*

Tabla 37. Gasto realizado durante la estancia por turista, por rubro (%) en Bolívares Fuertes 2do período 2013.

Gasto en BsF	Alimentación %	Alojamiento %	Transporte %	Entretenimiento %	Compras %	Otros %
Menos de 100	4.09	2.04	1.36	2.04	4.08	2.72
De 101 a 200	9.52	5.45	2.04	4.08	1.36	0
De 201 a 300	9.52	6.12	4.76	1.36	2.04	0
De 301 a 400	2.04	0	2.04	2.04	0	0
De 401 a 500	5.44	2.04	2.04	0	1.36	0
De 501 a 750	3.4	1.36	0	0	0	0
De 751 a 1.000	4.76	2.04	1.36		0	0
Más de 1.000	4.09	0	0	0	0.68	0
TOTAL	42.86	19.05	13.61	11.56	10.2	2.72

*Nota: Costo de la divisa para el período 2013 era de 1\$ = 6.30 BsF.
Fuente: Elaboración propia 2013*

En cuanto a los gastos en general por los turista que pernoctaron una noche y más y que respondieron la pregunta, gastaron 100 BsF o menos el 29.91% para el período 2012 (23.30 \$ o menos, al cambio controlado de 4.30 \$), y en el 2013 el mayor porcentaje 26.52% correspondió a los que gastaron 201 y 300 BsF (entre 31.90 \$ y 47.60 \$, al cambio controlado a 6.30 \$), teniendo un promedio general para el período 2012 de 405 BsF (94.20 \$ al cambio controlado de 4.30 \$), y para el 2013 de 635 BsF (100.80 \$ al cambio controlado de 6.30 \$), esto se explica porque en Venezuela los índices de inflación son altos (56% en 2013) y los precios cambian con frecuencia (Figura 60).

Opción de Respuesta Gasto	1er Período (2012) %	2do período (2013) %
Menos de 100	29.91	16.33
De 101 a 200	18.37	21.09
De 201 a 300	19.62	26.52
De 301 a 400	13.86	5.44
De 401 a 500	6.93	12.92
De 501 a 750	6.12	4.76
De 751 a 1.000	4.49	8.16
Más de 1.000	3.29	4.78
TOTAL	100%	100%

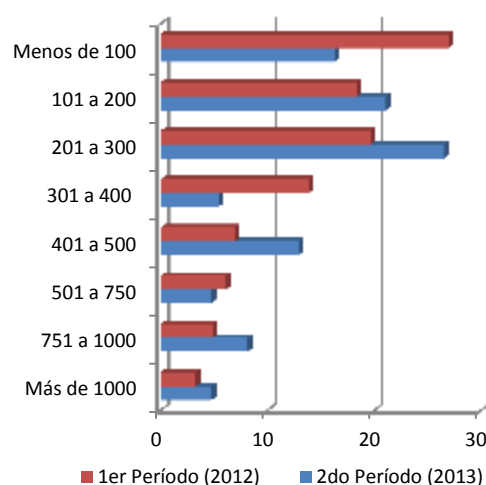


Figura 60. Gasto realizado durante la estancia por turistas (%)

Notas: 1er Período (2012) % (1\$ = 4.30 BsF) 2do período (2013) % (1\$ = 6.30 BsF)
Fuente: Elaboración propia 2013

En relación al gasto para los excursionista consultados que quisieron responder la pregunta las respuestas evidencian para los dos (2) períodos una tendencia similar con relación a los que permanecieron más de una noche, manteniendo el porcentaje mayor el rubro de los alimentos y bebidas con 53.72 y 44.27% respectivamente, seguido del gasto por transporte y alimentación dependiendo el período consultado (Tablas 38 y 39).

Tabla 38. Gasto realizado durante la estancia por excursionista, por rubro (%) en Bolívares Fuertes 1er período 2012.

Gasto en BsF	Alimentación %	Alojamiento %	Transporte %	Entretenimiento %	Compras %	Otros %
Menos de 100	9.04	0	5.31	3.73	4.27	0
De 101 a 200	13.83	0	6.38	3.19	3.19	0.53
De 201 a 300	7.98	0	4.8	2.66	1.59	0
De 301 a 400	10.12	0	2.12	0.53	1.06	0
De 401 a 500	5.31	0	1.06	1.06	1.06	0.06
De 501 a 750	2.66	0	0.56	1.06	0	0
De 751 a 1000	2.12	0	1.06	0	0	0
Más de 1000	2.66	0	0	0	0	0
TOTAL	53.72	0	21.29	12.23	11.17	1.59

Nota: Costo de la divisa para el período 2012 era de 1\$ = 4.30 BsF.

Fuente: Elaboración propia 2013

Tabla 39. Gasto realizado durante la estancia por excursionista, por rubro (%) en Bolívares Fuertes 2do período 2013.

Gasto en BsF	Alimentación %	Alojamiento %	Transporte %	Entretenimiento %	Compras %	Otros %
Menos de 100	4.91	0	2.46	4.91	7.37	0
De 101 a 200	9.83	0	9.01	7.38	4.08	0
De 201 a 300	6.55	0	1.64	0.82	4.91	0
De 301 a 400	2.48	0	4.09	0	0	1.63
De 401 a 500	9.01	0	1.64	0	0.85	0
De 501 a 750	4.1	0	2.46	0	0	0
De 751 a 1.000	4.91	0	0	1.64	0	0
Más de 1.000	2.48	0	0	0	0	0.84
TOTAL	44.27	0	21.3	14.75	17.21	2.47

Nota: Costo de la divisa para el período 2013 era de 1\$ = 6.30 BsF.

Fuente: Elaboración propia 2013

El 27.12% de los gastos generales de los visitantes tipo excursionistas que quisieron responder (96% en 2012 y 78.5% en 2013), se ubicaron en los dos (2) períodos entre 101 a 200 BsF (entre 23.50 \$ y 46.50 \$, al cambio controlado de 4.30 \$ para el período 2012 y entre 16 y 31.75 \$ al dólar controlado de 6.30 \$ para el 2013), seguido de los que gastaron 100 BsF o menos (23.20 y 15.80 \$), teniendo como promedio de gastos en general diario para el período 2012 de 325 BsF (75.50 \$ al cambio de 4.30 \$) y para el período 2013 en 680 BsF (107.90 \$ al cambio controlado de 6.30 \$) esto evidencia un nivel mayor de gastos por día y se explica porque en Venezuela los precios cambian con frecuencia dado el alto nivel de inflación (Figura 61).

Opción de Respuesta (\$)	1er Período (2012) % (1\$ = 4.30BsF)	2do período (2013) % (1\$ = 6.30BsF)
Menos de 100	22.35	19.65
De 101 a 200	27.12	30.3
De 201 a 300	17.03	13.92
De 301 a 400	13.83	8.2
De 401 a 500	9.55	11.5
De 501 a 750	4.28	6.56
De 751 a 1.000	3.18	6.55
Más de 1.000	2.66	3.32
TOTAL	100%	100%

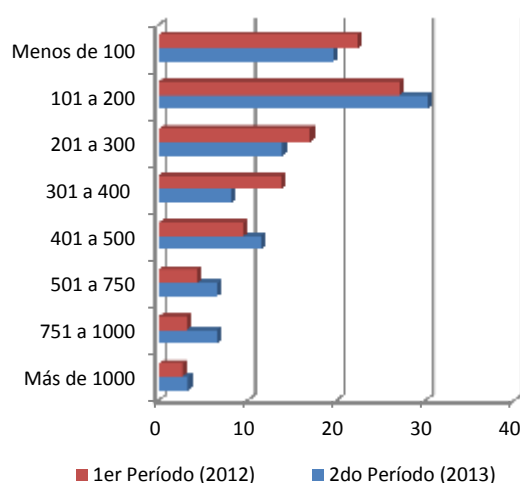


Figura 61. Gasto en general realizado por los excursionistas (%)

Notas: 1er Período (2012) % (1\$ = 4.30 BsF) 2do período (2013) % (1\$ = 6.30 BsF)
Fuente: Elaboración propia 2013.

E. Indicador: Información Turística y Marketing

Ítem 1: ¿Obtuvo información turística?

La muestra de un 75.5 y 70% de los visitantes entrevistados no ha recibido información turística y el resto 24.5 y 30% si ha obtenido información (Figura 62).

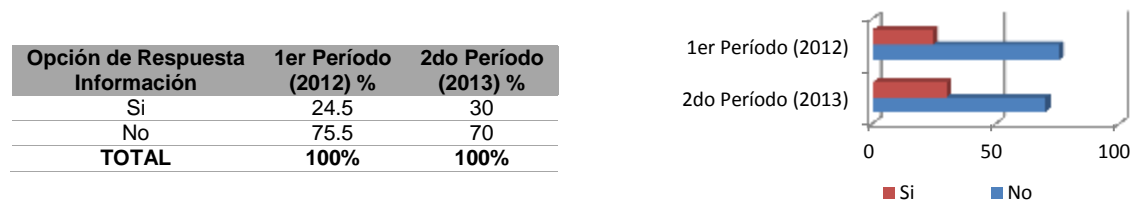


Figura 62. Información Turística (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 2: ¿Qué medio de información lo motivó para venir al municipio?

Los encuestados que respondieron afirmativamente haber recibido información turística (16.5 y 20%), manifestaron que la obtuvieron de un familiar o amigo que les recomendó el destino (Figura 63).

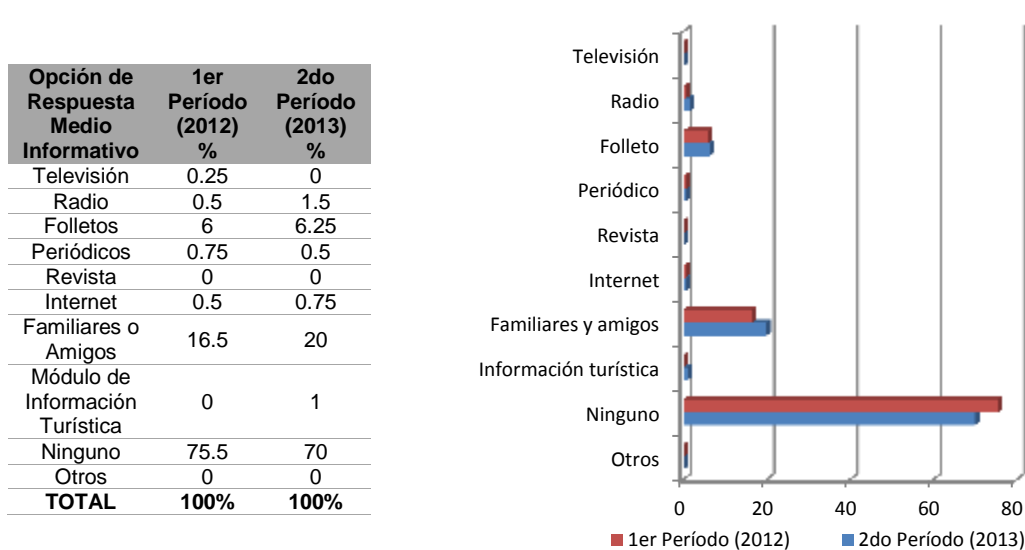


Figura 63. Medio de Información Turística (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

F. Indicador: Opinión sobre la actividad turística

Ítem 1: ¿Con que imagen identifica al Municipio?

El 46.12 y 48.8% de los consultados identificaron como imagen del destino de sol y playa, seguido con mediciones muy cercanas de historia y patrimonio 13.7 y 17.87%, gastronómico 15.98 y 13.9, 11.98 y 10.65% vacaciones o descanso y diversión (Figura 64).

Opción de Respuesta Imagen	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Sol y Playa	46.12	48.8
Historia y Patrimonio	13.7	17.87
Arquitectura Popular	0	0.69
Gastronomía	15.98	13.9
Vacaciones/Descanso	11.98	10.65
Folklor y música	0.91	0.53
Diversión	8.68	6.19
No sabe	2.28	0.34
No Responde	0.46	1.03
Otros	0	0
TOTAL	100%	100%

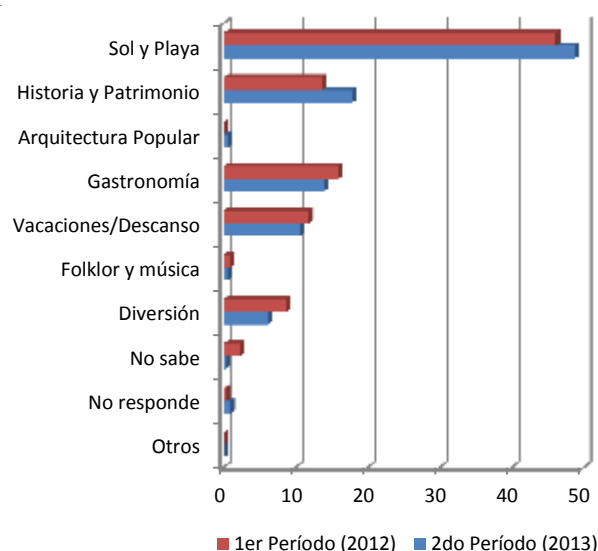


Figura 64. Imagen que Identifica al Destino (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 2: ¿Qué Imagen tenía del municipio antes de visitarlo?

Se midió la percepción de la imagen que tenían antes de visitar el destino. Los resultados reflejan que para el período 2012 la imagen del municipio era para el 58.88% buena y 18.78% excelente, y para el 2013 la percepción fue de bueno con 48.11% a regular 20%, lo que demuestra una baja en la imagen del destino antes de visitarlo para el segundo periodo (Figura 65).

Opción de Respuesta Imagen	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Excelente	18.78	15.68
Buena	58.88	48.11
Regular	13.71	20
Mala	2.54	2.16
Ninguna	6.09	14.05
TOTAL	100%	100%

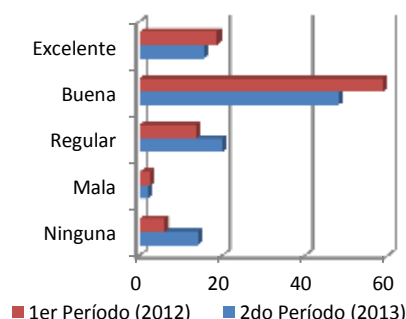


Figura 65. Imagen Antes de la Visita (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 3: ¿Qué imagen tiene del municipio después de visitarlo?

Después de la visita las respuestas mejoraron en los dos (2) períodos entre buena 60.42 y 48.11% y excelente con 29.45 y 33.51%. Los resultados reflejan que las personas después de la visita mantiene una imagen mejor que la que tenían al momento de la visita (Figura 66).

Opción de Respuesta Imagen	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Excelente	29.45	33.51
Buena	60.42	48.11
Regular	7.11	15.14
Mala	2.54	2.7
Ninguna	0	0.54
TOTAL	100%	100%

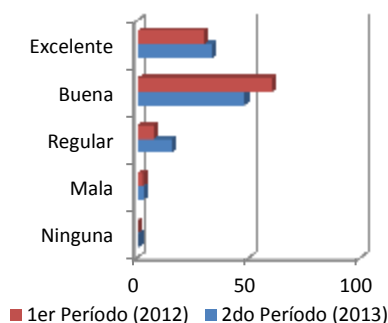


Figura 66. Imagen Después de la Visita (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 4: ¿Qué le agrado durante su permanencia?

Las personas encuestadas manifestaron como mayor agrado las playas (25.42 y 34.88%) y la tranquilidad que se siente (30.7 y 24.58%), luego con algunas diferencias según el período de medición las comidas (17.99 y 11.3%), el trato de la gente y el casco histórico que incluye el frente de agua con el 13.19, 10.29% y otros (Figura 67).

Opción de Respuesta Imagen	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Playas	25.42	34.88
Comida	17.99	11.3
Tranquilidad	30.7	24.58
Casco Histórico y Frente de Agua	13.19	10.29
Trato de la Gente	10.78	13.3
N/C	0.72	3.32
Otros especifique	1.2	2.33
TOTAL	100%	100%

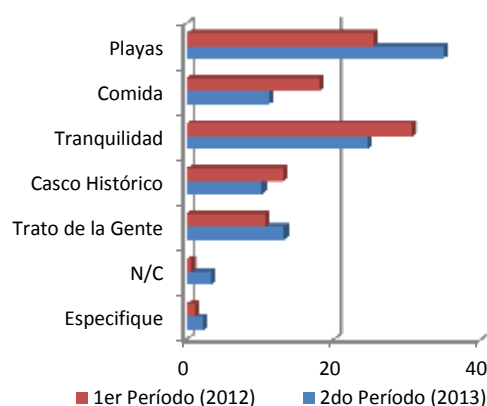


Figura 67. Agrado de la Visita (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 5: ¿Qué le disgustó durante su permanencia?

Al 51.47 y 54.05% (2012 y 21013) de los encuestados que no les disgustó nada, 17.65 y 14.05%, manifestaron desagrado con la vialidad y con la contaminación 8.82 y 10.82 %, la poca atención y el transporte. Algunos mencionaron como otros elementos de disgustarles de la permanencia en el destino la falta de servicios sanitarios en las playas y espacios públicos recreativos (Figura 68).

Opción de Respuesta Disgusto	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Transporte	10.78	1.08
Contaminación	8.82	10.82
Vialidad	17.65	14.05
Poca Atención	6.38	7.57
Nada	51.47	54.05
N/C	1.47	8.11
Otros especifique	3.43	4.32
TOTAL	100%	100%

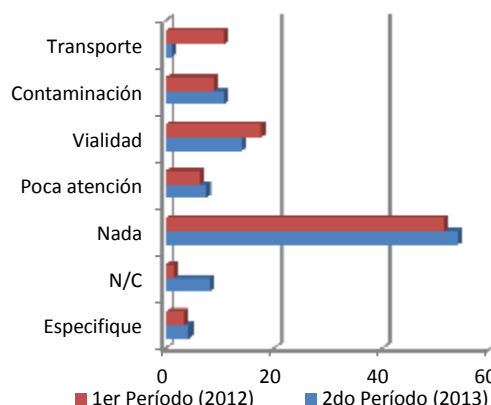


Figura 68. Disgusto Durante la Permanencia (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 6: ¿Le gustaría regresar?

Con respecto a esta pregunta el 99 y 99.2% manifestaron que sí, lo que demuestra que es alto el nivel de satisfacción a pesar de la gran cantidad de deficiencias encontradas (Figura 69).

Opción de Respuesta Regresaría	1er Período (2012) %	2do Período (2013) %
Si	99	99.2
No	1	0.8
TOTAL	100%	100%

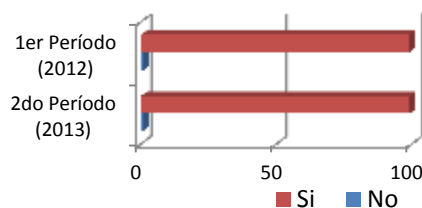


Figura 69. Le Gustaría Regresar (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

Ítem 7: ¿Recomendaría la visita al destino?

El 99.75 y 98.5% (2012 y 2013) si recomienda la visita al destino (Figura 70).

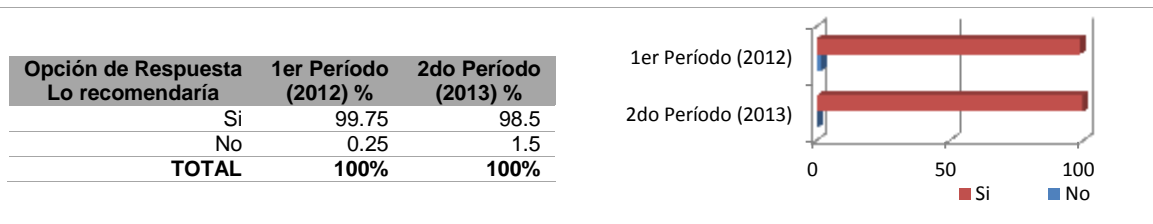


Figura 70. Recomendaría la Visita (%)

Fuente: Elaboración propia 2013

5.2.2 Resultados: Características del perfil del visitante

De acuerdo a la información empírica obtenida del estudio de campo entre los encuestados para definir las características del visitante o, perfil de la demanda turística, de Los Puertos de Altagracia, en el municipio Miranda; algunos de los rasgos más relevantes que se desprende del estudio sobre la demanda real y potencial son los siguientes:

- El perfil medio del visitante que viene a Los Puertos son personas adultas venezolanos, con buen nivel educativo con edades comprendidas entre 30 a 60 años casados con dos (2) hijos en promedios y personas con edades comprendidas entre diecinueve (19) a veintinueve (29) años solteros. La mayoría de los consultados tienen un ingreso mensual entre 465 a 697 \$.
- La mayoría de ellos provienen de Estado Zulia, y destaca los visitantes de Maracaibo, dada la proximidad entre ambas ciudades (34 km), seguidos de los de Cabimas. También visitan los Puertos de algunos Estados como Falcón, Valera, Portuguesa y San Cristóbal, entre otros.
- El motivo principal de la visita al municipio es vacaciones y ocio, gastronómicos o visitar familiares y amigos se dirigen hacia las playas y restaurantes tanto de la parroquia Altagracia “Playa Aventura” y “El Buque”, como de la Parroquia San José y Farías.
- Visitan y organizan el viaje en familia o en grupos, la gran mayoría no pernoctan en la ciudad, muchos son del tipo excursionista (51.5% en 2012 y 47% en 2013). Los turistas que pernoctan lo realizan en su mayoría en casa de familiares o amigos.
- El medio de transporte mayormente utilizado para visitar el Municipio es el vehículo particular (52.83% en 2012 y 54.67% en 2013), otro (18.87% en 2012 y 25.12% en 2013) utilizan el transporte lacustre ofrecido por una

empresa paramunicipal considerando el servicio por los encuestados como bueno en cuanto a atención, calidad y de costos bajos.

- El transporte utilizado para los que se movilizan internamente dentro de Los Puertos y el Municipio que no entran en carros particulares son en carrito por puesto (carro pequeño de 5 puestos con rutas internas) y en los microbuses de la Alcaldía, evaluando la calidad y atención del servicio mayormente como buena y de costos adecuados.
- Viene frecuentemente en Semana Santa y Carnaval o fines de semana.
- El principal atractivo que encuentran los visitantes son las playas, la gastronomía, y ferias.
- Las actividades que más practicaron fueron las recreativa, gastronómicas y visita a lugares turísticos
- El renglón mayor de gastos lo ocupan el alimentos y bebidas, seguido del transporte, el promedio de gastos diarios para los turistas de 520 BsF (97.05 \$) y para los excursionistas 502 BsF (91.70 \$) diarios, los servicios como alimentos y bebidas los calificaron como excelentes y económicos.
- Destacan como lo que más les agradó de la permanencia, fueron las playas la tranquilidad y la comida, y más del 50% dijo no disgustarle nada de la visita, y el 17% que les disgustaba la vialidad, la contaminación, poca atención y la falta de servicios sanitarios en las playas y espacios públicos recreativos.
- La imagen que tienen del municipio es buena y en promedio un 99% manifestó interés en regresar y el 99.12% señalaron que lo recomendarían como destino.

5.3 Diagnostico Situacional (DAFO)

A partir de los resultados anteriores, aportados por el trabajo de campo sobre las diferentes unidades de análisis de o poblaciones de estudio y las entrevistas realizadas en organismos e instituciones locales, se utilizó la herramienta DAFO para cumplir con el objetivo seis (6) de la investigación referido a elaborar un diagnóstico situacional, ordenar la información empírica obtenida, listando las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades del área de estudio aportar insumos para determinar las potencialidades y a partir del cruce de las mismas, generar estrategias que sirvan de base para la puesta en valor turístico del Patrimonio Cultural y Natural del frente de agua y casco histórico con sentido sostenible de Los Puertos de Altagracia (Tabla 40).

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Tabla 40. Análisis DAFO

ANÁLISIS INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1. Variedad de recursos naturales (costa, lago, ciénaga, manglares) que generan paisajes interesantes para actividades contemplativas, recreativas, deportivas, náuticas.	D1. Alto nivel de contaminación del Lago de Maracaibo, producto de las descargas petroleras, fertilizantes y de aguas servidas por falta de mantenimiento en las planta de tratamiento, entre otras.
F2. Presencia a lo largo de todo el frente de agua del Boulevard Padilla, como zona verde para el desarrollo turístico recreacional y de esparcimiento.	D2. Destrucción del ecosistema natural existente dentro de las zonas de manglares por la deforestación
F3. Ubicación dentro del perímetro del casco central de edificaciones de valor históricos religiosos y culturales, residenciales con características de estilo colonial y republicana	D3. Deterioro de las edificaciones residenciales patrimoniales, del casco histórico.
F4. Espacios como La Casa de Cultura, Institución Mirandina y de Acervo Histórico como entes del Estado y la Municipalidad para promocionar y gestionar las actividades artística y de Cultura Popular.	D4. Deterioro de la infraestructura del Museo del Hombre, al igual que el mural de la Casa Museo Gabriel Bracho.
F5. Presencia de la Universidad Rafael María Baralt, con posibilidad de formación de la población residente	D5. Falta de equipamiento en los espacios naturales y de señalización de los mismos.
F6. Conocimiento de la población para identificar recursos con potencial para la actividad turística de Atagracia.	D6. Falta de formación hacia la actividad turística por parte de la población residente.
F7. Arraigo de identidad por sus costumbres y tradiciones	D7. Poca diversidad de artesanía, y falta de apoyo y promoción a la misma
F8. Diversas actividades programadas todo el año tanto religiosas como culturales entre ellas las fiestas patronales dedicadas a la "Virgen de Atagracia", "San Benito", "Vuelta al Terruño", entre otras.	D8. Superación de la capacidad de carga en el casco histórico durante la realización de eventos y fiestas patronales
F9. Diversidad y Gastronomía típica valorada como muy buena por parte de habitantes y visitantes.	D9. Inexistencia de empresas de servicio turístico.
F10. Personajes Ilustres como el pintor internacional como Gabriel Bracho, la heroína Ana María Campo, el General José Escolástico Andrade, y el cultor popular Titán entre otros.	D10. Falta de promoción de los valores de identidad local, así como de las fiestas patronales y manifestaciones culturales.
F11. Gente hospitalizaría y dispuesta a recibir visitantes, el 49.9% cree que la actividad turística puede ser bastante importante y un 31.5% como muy importante	D11. Débil la información y promoción para vender el Municipio Miranda como destino turístico regional con carácter cultural y recreativo
F12. Su gente posee condiciones innatas para las artes como la música danza la pintura y el folklore como la décima	D12. Ausencia de módulo de información turística, que promueva la actividad turística, así como un registro de visitante en los museos del casco histórico
F13. Restaurantes diversos y muy demandados en el perímetro del casco histórico y frente de agua de Los Puertos de Atagracia	D13. Inexistencia de facilidades turísticas en las edificaciones históricas y culturales.
F14. Presencia de tres (3) emisoras de radio local, una (1) televisora y un (1) semanario pueden mantener a la comunidad informar sobre cualquier acontecimiento, evento cultural o turístico, y la preservación de su Identidad.	D14. Deficiencia en servicios básicos como electricidad, y agua potable dada la racionalización del servicio
F15. Presencia de un cuerpo de seguridad permanente como la Policía Municipal de Miranda terrestre y lacustre.	D15. No existen hoteles categorizados
F16. Plan de Ordenamiento Urbano de Atagracia (PEDUL) que toma en cuenta el valor del Casco Histórico y frente de agua planteando su conservación y renovación.	D16. Insuficiencia en servicios financieros como bancos y cajeros automáticos
F17. Presencia de terminal de pasajeros con rutas urbanas y extra-urbanas que comunican al municipio Miranda con el estado Zulia y resto del país	D17. Falta de interés de la actual administración de la Alcaldía Bolivariana para aplicar el Plan de Ordenamiento Urbano (POU)
F18. Existencia de un puerto lacustre que facilitan la presencia de visitantes y temporadistas (fines de semana y en temporadas altas)	D18. El mal estado de las vías de acceso principal al Municipio, así como una adecuada señalización, demarcación y alumbrado
F19. Permanencia de una ruta de transporte público lacustre, municipal que conecta directamente Los Puertos de Atagracia con Maracaibo (capital del estado Zulia), lo que fortalece el desplazamiento de visitantes y el turismo	D19. Inexistencia de servicios de apoyo al transporte como paradores turísticos
	D20. Los sitios turísticos no cuentan con transporte, servicios equipamiento en espacios recreativos, seguridad permanente entre otros

Fuente: Elaboración propia 2013

Tabla 40. Análisis DAFO (continuación..)

ANÁLISIS EXTERNO OPORTUNIDADES	Estrategias FO	Estrategias DO
O1. Clima tropical permanente, con temperaturas media de 28°C, y la presencia permanente del sol, posibilitando la visita de turistas durante todo el año.	Fortalecer la gestión turística de la Alcaldía creando una unidad de gestión/coordinación con visión sistémica-integral que viabilice el rescate y aprovechamiento de los recursos naturales y culturales existentes para su puesta en valor (F1, F2, F3, O1, O4, O7)	
O2. Declaratoria en Gaceta Oficial como "Sitio de valor histórico" Gaceta Oficial N° 32.201, Fecha 02/04/1981, y Capital Cultural del Zulia para apoyar la preservación del centro fundacional.	Elaborar una plataforma normativa y de planificación estratégica que promueva e incentiven la inversión privada, para lograr el desarrollo turístico sostenible (F3, F6, O2, O3, O8)	Estimular/promover la participación de actores y fuentes de financiamiento alternativos público-privadas y sociales, para proyectos de conservación y rescate de edificaciones arquitectónicas de carácter patrimonial, tanto pública como privada (D3, O2, O3, O7, O8, O9, O11, O12).
O3. Declaratoria del I Censo del Patrimonio Cultural Venezolano Municipio Miranda como "Bien de Interés Cultural" Resolución N° 003-05 de fecha 20/02/2005	Implicar a los representantes políticos, técnicos, sociales y empresariales en el diseño de un destino turístico, que tome en cuenta la gestión de los recursos naturales y culturales, aportándoles información directa sobre nuevas tendencias de mercado en materia de turismo cultural y recreativo (F1, F2, F3, F8, F11, O2, O3, O4, O5, O7, O13)	Sensibilizar y concienciar a la población local y entes privados sobre la importancia del turismo como generador de riqueza en el municipio (D6, D10, D11, D12, O7, O8, O13, O14).
O4. Su límite o este con el Lago de Maracaibo y al Norte con el Golfo de Venezuela le otorga aproximadamente 100 km. de línea costera, con playa aptas al contacto humano, con la posibilidad de integrarse a ciudades caribeñas por vía acuática	Crear alianzas con instituciones públicas, privadas y/o ciudadanas apoyadas en la educación para capacitar y concientizar a la población residente y los entes involucrados en la conservación y preservación de su patrimonio cultural (F4, F5, F6, F7, F16, O8, O9, O12).	Poner en valor recursos turísticos de interés naturales y culturales no aprovechados actualmente como la Ciénaga de los Olivitos con una visión sustentable y el casco histórico de Altagracia como una oferta integral al visitante (D2, D3, D5, D10, D11, O7, O11, O12, O13, O14)
O5. Posición privilegiada con relación a otros Municipio de la Sub región Costa Oriental del Lago, siendo la Puerta al Zulia terrestre y marítima.	Activar planes de marketing para promover al Municipio Miranda y su capital Los Puertos de Altagracia como destino turístico (F1, F3, F8, F9, F13, O5, O6, O7, O13, O14)	Crear una red de servicios básicos de atención al visitante (señalización, información turística) y localizar en los sitios estratégicos como museos y edificios patrimoniales (D5, D6, D9, D10, D11, D12, D13, O11, O13 O14).
O6. Existencia de ciudades cercanas como Maracaibo que escasamente se ubica a 34 Km. de la población altagraciana.	Promover activamente iniciativas público - privado para el diseño de diferentes paquetes o circuitos turísticos, que integren los recursos naturales y culturales del municipio (F1, F2, F3, F8, F9, F16, O4, O5, O6, O7, O13).	Promover el desarrollo y ejecución de proyectos para el acondicionamiento de la vialidad y señalización vial y turística del municipio (D8, D18, D19, D20, O5, O6, O13, O14).
O7. Posibilidad de potenciar la puesta en valor de casco histórico y frente de agua, al integrarlo con otras potencialidades naturales del municipio como son el turismo recreativo y el turismo ecológico como la "Ciénaga de Los Olivito".	Optimizar el aprovechamiento del Lago de Maracaibo y costas al mar como potencial turístico, recreativo y deportivo (F1, F2, F18, F19, O1, O4, O5, O8, O13, O14).	Dotar de servicios públicos y equipamiento como mobiliario urbano adecuado, en las principales áreas de los espacios turísticos tanto naturales como culturales (D5, D13, D18, D19, D20, O4, O11).
O8. Nueva Ley de Financiamiento Turística (2009), así como el FONTUR, entre otras es una oportunidad para acceder a inversión en equipamiento o mejora de las existentes	Aumentar el nivel de satisfacción de los visitantes que manifiestan regresar, mejorando la calidad de la oferta, llenando de nuevos contenidos sus espacios y aptándolos de las nuevas tendencias de la demanda (F9, F11, F13, O7, O13, O14).	Mejorar la imagen urbana del casco histórico de Altagracia, con la sustitución del sistema de cableados externos e luminarias, colocando unos acorde al espacio urbanístico (D3, D5, D8, D11, D13, D14,
O9. Presencia en el Municipio de empresas como PEQUIVEN, ENSAL, AGA, y el puerto de embarque petrolero "Puerto Miranda".	Potenciar sinergias colaborativas y de cogestión entre los agentes implicados en el desarrollo de la actividad turística local, entre los empresarios, la comunidad y la Alcaldía, para potenciar la presencia de visitantes al municipio dada la alta demanda del producto gastronómico altamente valorado y de segmento sol y playa (F9, F13, F14, F19, O11, O12, O13, O14).	
O10. Existencia de un instrumento de planificación regional y municipal que considera al Municipio Miranda como un área potencial el desarrollo turístico	Optimización la calidad de los servicios en el terminal lacustre para mejorar la accesibilidad directa con otros municipios del estado Zulia e Islas cercanas (F18, F19, O4, O5, O6, O7, O13, O14)	
O11. Proyecto por parte de CORPOZULIA sobre la señalización de los atractivos turísticos natural culturales y de vialidad de todo el Municipio.		
O12. Proyecto de CORPOZULIA para el Desarrollo Turístico Sostenible de la "Ciénaga los Olivito".		
O13. Presencia durante distintas épocas del año como Semana Santa, Carnaval y fines de semana de turistas y excursionistas.		
O14. Fidelidad de los turistas y visitantes y promoción de la imagen como buena y el 99, 12% en promedio de los visitantes lo recomiendan como destino.		

Fuente: Elaboración propia 2013

Tabla 40. Análisis DAFO (continuación..)

AMENAZAS	Estrategias FA	Estrategias DA
A1. Por su cercanía al estado Falcón posee una posibilidad de pérdida del mercado turístico en el renglón sol y playa donde este recurso está en mejores condiciones de uso.		Promover proyectos y asesoría técnica para el rescate/recuperación y acondicionamiento de edificaciones con valor patrimonial del casco histórico y frente de agua de Atagracia (D3, D10, A3, A5, A6, A8).
A2. Por la cercanía con otras ciudades importante como Maracaibo amenaza de no desarrollar la infraestructura hotelera.	Utilizar estratégicamente la participación de la comunidad local como elemento de interpretación del patrimonio cultural, a través de las costumbres y tradiciones de sus habitantes orgullosos de su pasado (F4, F6, F7, F10, A3, A4, A5, A6).	Implantar un plan de mercadeo turístico que incluya campañas de concientización y de divulgación del valor del patrimonio cultural latente en Los Puertos de Atagracia que acerque la demanda a la oferta (D2, D3, D4, D6, D9, A3, A4, A5, A6,)
A3. Inexistencia de un ente coordinador para el rescate, conservación y aprovechamiento de los recursos naturales y culturales del casco histórico y frente de agua de Atagracia		Mejora ambiental de entornos turísticos (D1, D2, D5, A4, A7, A8).
A4. Exclusión del frente de agua dentro de la declaratoria patrimonial del Casco Histórico de Los Puertos de Atagracia.	Apoyar nuevos segmentos de demanda emergentes (F9, F11, F13, F16, F18, A1, A8, A9).	Dinamizar el casco histórico de la ciudad, convirtiéndolo en un espacio vivo, con señalética patrimonial de calidad y de fácil acceso a los principales recursos turístico (D5, D20, D21, A3, A5, A6).
A5. Falta de interpretación en la promoción de los valores costumbres y tradiciones.	Propiciar convenios de formación e inducción hacia la actividad turística del capital humano tanto de los prestadores de servicios turísticos, los taxistas, guías turísticos, marinos, entre otros para mejorar la atención al cliente (F4, F5, F6, F7, F10, A3, A5, A6, A9).	Se requiere la construcción de hoteles categorizados y posadas turísticas, para dar impulso al desarrollo turístico y generar crecimiento-mejor calidad de vida en el destino (D8, D9, D10, D14, D16, A1, A2, A8, A9).
A6. Peligro de remodelación y transformación de las viviendas del pasado por parte los propietarios y habitantes de la ciudad de Los Puertos para acondicionar sus viviendas y convertirlas en residencias estudiantiles, como forma de recibir más ingreso.	Instalar áreas de apoyo como servicios de aseo personal en las playas del municipio, adaptándolos a la demanda social y turística (F1, F2, F13, A1, A4, A7).	Promover alianzas estratégicas pluriactorales dirigidas a la promoción de proyectos que mejoren y amplíen la oferta de facilidades y equipamiento urbano que potencien las condiciones espaciales y de servicios del casco histórico y frente de agua (D8, D14, D15, D16, D17, D20, D21, A1, A2, A9, A10).
A7. Amenaza constante en aguas del Lago de Maracaibo por derrames petroleros y la presencia de la legna en cierta época del año.		Acondicionamiento de aceras para el peatón que faciliten la accesibilidad y ampliación de la colocación de adoquines en las calles para reforzar un ambiente histórico colonial (D3, D4, D19, A3, A4, A5, A6, A8, A8, A9).
A8. Falta de recursos por parte del gobierno y sector privado para recuperar y mantener el patrimonio heredado		Ampliación y acondicionamiento en las instalaciones del terminal de pasajeros de Los Puertos como punto receptor del transporte público terrestre y mejoras en la calidad del servicio prestado para el desarrollo del turismo (D5, D19, D20, D21, A1, A2, A8).
A9. No se desarrolla la promoción y comercialización del patrimonio existente como recurso cultural y/o turístico.		

Fuente: Elaboración propia 2013.

5.4 Resumen Potencialidades Turísticas

A partir de la síntesis diagnóstica desarrollada, que destaca la fortalezas y debilidades particulares del frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Atagracia y las oportunidades y amenazas de su entorno en relación a las variables estudiadas, permitiendo la matriz la posibilidad de transformar las debilidades y amenazas en opciones válidas para la puesta en valor turística con sentido sostenible del área de estudio. De acuerdo a esto se resumen:

5.4.1 Caracterizar el Ámbito de Estudio

- Ubicación geográfica excelente, con relación a otros Municipio de la Subregión Costa Oriental del Lago, la cual permite acceder directamente por

tierra y lago, siendo la “Puerta de acceso al Estado Zulia” terrestre y marítima desde el año 1529 (Oldenburg 1975).

- Variedad de recursos naturales potencialmente explotables, entre los que se encuentran sus costas de playas del Lago de Maracaibo, lagunas y manglares de gran que generan paisajes interesantes para actividades contemplativas, ecológicas, recreativas, deportivas, náuticas.
- Ubicación de recursos patrimoniales culturales dentro del perímetro del casco central con arquitectura patrimonial de valor históricos, culturales, religiosos y residenciales de estilo colonial y republicana, presentes en el casco histórico y frente de agua con sus áreas para la recreación, esparcimiento y contemplación lacustre, aunado a las tradiciones y costumbres del pueblo que dan vida los traicionales espacios, los cuales hacen que sea una parroquia apta para la explotación y el desarrollo de la actividad turística (Plano 10).



Área con vocación turística natural
Área con vocación turística cultura

Plano 10. Definición de áreas con vocación turística

Fuente: Indriago 2012

- La integración natural e histórica del Lago de Maracaibo con el casco histórico a través del frente de agua con la presencia del “Boulevard Padilla”, como zona verde para el desarrollo turístico recreacional y de esparcimiento le aporta un interés paisajístico y pintoresco tanto a los espacios de recorrido

internos, como a las visuales externas que se tienen del pueblo visto desde el área lacustre.

5.4.2 Superestructura turística

Declaratoria Nacional de reconocimiento a su Patrimonio Cultural tanto tangible como intangible como “Sitio de valor histórico” y del I Censo del Patrimonio Cultural Venezolano Municipio Miranda como “Bien de Interés Cultural”. Es uno de los centros urbanos del estado Zulia con mayor riqueza histórica, cultural, arqueológica, considerada la “Capital Cultural del Zulia”.

5.4.3 Oferta Turística (Recursos Patrimoniales)

- Clima tropical permanente, con temperaturas media de 28°C, y la presencia permanente del sol, posibilitando la visita de turistas durante todo el año.
- Su límite oeste con el Lago de Maracaibo y al Norte con el Golfo de Venezuela le otorga aproximadamente 100km. de línea costera, con playa aptas al contacto humano, con la posibilidad de integrarse a ciudades a ciudades caribeñas por vía acuática
- Posibilidad de potenciar la puesta en valor de casco histórico y frente de agua, al integrarlo con otras potencialidades naturales del municipio como son el turismo recreativo y el turismo ecológico como la “Ciénaga de Los Olivito”.
- Elementos de identidad local desde el punto de vista espaciales, urbanos, territoriales, culturales y naturales particulares, que facilita la elaboración de una imagen para el Marketing Urbano como pueblo con raíces históricas de “ciudad puerto”.
- Su gente es muy sencilla y hospitalaria abierta a la actividad turística y a mejorar su calidad de vida; siendo un potencial para el desarrollo turístico de la zona formando parte de la oferta cultural del casco histórico por su arraigo e identidad con sus costumbre y tradiciones.
- Condiciones naturales extraordinarias que ligadas al potencial de su gente se convierte en una gran ventaja comparativa para el desarrollo del turismo.
- Altagracia cuenta con una fortaleza muy importante su gastronomía, con la variedad de restaurantes que posee para el deleite de residentes y visitantes, de calidad y precios accesibles según opinión de los consumidores.

- Existencias de actividades culturales en varias épocas del año como fiestas patronales, encuentros regionales de Chimbangles (grupo de tamboreros) de San Benito entre otros, que no han sido promocionados.
- Existencia de instituciones que permite abarcar distintos niveles de formación para los recursos en diferentes áreas y niveles de formación, universitarios, culturales y artesanales, conformando una gran ventaja para contribuir a desarrollar este recurso en las áreas requeridas por sus potencialidades.

5.4.4 Demanda

- Presencia durante distintas épocas del año como Semana Santa, Carnaval y fines de semana de turistas y excursionistas.
- Fidelidad de los turistas y visitantes promoviendo la imagen como buena y el 99, 12% en promedio de los visitantes lo recomiendan como destino.

5.4.5 Accesibilidad y Transporte, Infraestructura básica de servicios

- Terminal de Pasajeros extra e interurbano que comunica internamente al municipio y a este con el resto de las capitales importantes de todo el País.
- Terminal Lacustre en buenas condiciones que vincula en forma directa a Los Puertos de Altagracia con Maracaibo y viceversa con potencial para recibir turistas y conectarse con otros municipios del estado Zulia.
- La parroquia cuenta con todos los servicios y condiciones de infraestructura básicas. Sin embargo, requiere mejorar el servicio del agua y electricidad producto del racionamiento nacional, siendo necesario mejorar los servicios por ser un factor clave del desarrollo.
- Las vías de acceso necesitan acondicionamiento (en la actualidad están siendo reasfaltadas).
- Las facilidades turísticas son deficientes.

CAPITULO 6

VALOR TURÍSTICO DEL FRENTE DE AGUA Y CASCO HISTÓRICO

Percepción de los expertos

En este capítulo que, se corresponde con la Fase 4 de la investigación se presentan los resultados de la aplicación del cuestionario mediante el Método Delphi, correspondiente con el último objetivo específico final el cual fue conocer la percepción y opinión de los expertos en materia de turismo y patrimonio cultural sobre las diferentes potencialidades y estrategias, así como el potencial de los recursos tanto naturales como culturales, para la Puesta en Valor Turístico del Frente de Agua y Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia capital del municipio Miranda.

La adopción de la metodología Delphi como parte de la aportación empírica de esta Tesis Doctoral, se justifica en la medida que la opinión de los expertos o especialistas permitirá corroborar la situación sobre las potencialidades y la definición y validación de las estrategias, así como la valoración del potencial turístico de los recursos tanto naturales como culturales de los recursos patrimoniales para orientar la puesta en valor y el desarrollo turístico para la recuperación del frente de agua y casco histórico de la ciudad altagraciana.

6.1 Aplicación del cuestionario

El cuestionario como se especificó anteriormente se estructuró en cuatro (4) partes, para cada una de las partes se plantearon los objetivos siguientes:

- **I Parte / Objetivo:** Describir y valorar la situación actual en cuanto a los aspectos que limitan/inhiben la puesta en valor turístico el frente de agua y el casco histórico de Los Puertos de Altagracia (capital del municipio Miranda).
- **II Parte / Objetivo:** Describir y valorar la situación actual en cuanto a diferentes aspectos favorables y potenciales con que cuenta el municipio Miranda para poner en valor turístico el frente de agua y el casco histórico de su capital Los Puertos de Altagracia.
- **III Parte / Objetivo:** Describir y valorar las posibles estrategias referidas a diferentes aspectos básicos para poner en valor turístico el frente de agua y el casco histórico de Los Puertos de Altagracia, capital del municipio Miranda.

- **IV Parte / Objetivo:** Valoración de los recursos potenciales naturales y culturales para la puesta en valor turístico de la ciudad de Los Puertos de Atagracia capital del municipio Miranda.

6.2 Escala de valoración

Para el logro de estos objetivos los expertos debían valorar cada ítem con valores del 1 al 7 que tienen los siguientes significados 1 “totalmente de acuerdo” y 7 “completamente en desacuerdo” para las tres (3) primeras partes y para la cuarta (4) parte entre 1 “no tiene potencial turístico” y 5 “potencial turístico alto” (Tablas 16 y 17).

Tabla 16. Escala de Valoración

Ponderación	Descripción
1	Totalmente de acuerdo
2	Bastante de acuerdo
3	Parcialmente de acuerdo
4	Neutral
5	Parcialmente en desacuerdo
6	Bastante en desacuerdo
7	Completamente en desacuerdo

Fuente: Reyes, 2011 / Camacaro, 2010

Tabla 17. Escala de valoración del potencial turístico

Ponderación	Descripción
1	No tiene potencial turístico
2	Potencial turístico muy bajo-para el nivel local
3	Potencial turístico bajo-para el nivel estatal (incluye local)
4	Potencial turístico medio-para un nivel nacional (incluye estatal y local)
5	Potencial turístico alto-para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)

Fuente: Camacaro 2010

Para la segunda circulación se le incluyen datos estadísticos con los respectivos cuartiles: Cuartil 1 (C1), Cuartil 2 (C2), mediana, y Cuartil 3 (C3), solicitando que en esta segunda circulación, si su respuesta estaba fuera de los rangos especificados, justificaran su respuesta en el espacio correspondiente, identificando el número del planteamiento al cual hace referencia, como se especifica en el ejemplo:

Afirmación consultada	C1	C2	C3	1	2	3	4	5	6	7
		MEDIANA								

En la primera circulación el grupo de expertos que participaron inicialmente estuvo conformado por veintisiete (27) personas con conocimientos teórico prácticos sobre el tema objeto de estudio e involucrados en el quehacer de la planificación y gestión, la investigación, o relacionados a la empresa privada involucrada con el turismo. Para la segunda circulación el número de expertos se redujo a veinticinco (25) consultados que respondieron al cuestionario.

6.3 Resultados obtenidos

A continuación se presentan los resultados obtenidos después de la segunda ronda o vuelta DELPHI, y del espacio “Otros” del cuestionario de la primera circulación, como resultado de la consulta a los veinticinco (25) expertos, los valores presentados se concretan en la Media Aritmética (X), Mediana (Me), Desviación Estándar (s) y las Frecuencias Relativas (%).

6.3.1 I Parte: Pronóstico Situacional (Debilidades y Amenazas)

El objetivo en esta primera parte del instrumento es: describir y valorar la situación actual en cuanto a ciertos aspectos que limitan/inhíben la puesta en valor turístico el frente de agua y el casco histórico de Los Puertos de Altagracia (capital del municipio Miranda).

A. Planificación y Gestión Turística

1. *Se adolece de una planificación turística y presenta la actividad poca trascendencia económica.*

En relación a la planificación de desarrollo turístico integral para la zona, los expertos en su mayoría el 64% manifestó estar totalmente de acuerdo con esta afirmación y sumando el 20% ubicado en bastante de acuerdo obtenemos el 84% que manifestó la carencia de una planificación turística integral en el municipio. En cuanto a la “poca trascendencia económica en la actualidad” (ítem 2), el 52% manifestó estar totalmente de acuerdo y un 28% bastante de acuerdo, algunos expertos en este ítem un 8% manifestaron estar total mente en desacuerdo ya que opinan que en la actualidad “si es muy importante económicamente la actividad turística”.

2. *Insuficiencia la asignación de recursos y poca voluntad política.*

En cuanto a la asignación de recursos los expertos manifestaron estar en un 64% totalmente de acuerdo y un 20% bastante de acuerdo, lo que evidencia la insuficientes de recursos asignados para el desarrollo turístico, dos (2) expertos dijeron estar parcial y completamente en desacuerdo porque creen que los recursos son suficientes solo que hay mala administración. En cuanto a (ítem 4) “la voluntad política para el desarrollo de la actividad turística” el 80% se inclina por estar totalmente de acuerdo en que falta interés de los actores del gobierno regional y local.

3. *Falta de un ente coordinador*

La opinión de los expertos en cuanto a la inexistencia de un ente coordinador que viabilice el rescate y aprovechamiento de los recursos naturales y culturales, el 44% manifestó estar bastante de acuerdo con esta afirmación y un 36% opinaron estar totalmente de acuerdo con el planteamiento, el 8% se declaró estar “totalmente en desacuerdo” ya que existe en la actualidad la Dirección de Turismo del Municipio o Ayuntamiento.

4. *Falta continuidad administrativa.*

Según los expertos consultados el 52% dijeron estar totalmente de acuerdo, están bastante de acuerdo el 28 %, con la afirmación de que se da una falta de continuidad administrativa, dificultando la efectiva concreción de planes y proyectos turísticos y urbanísticos

5. *Poca confianza para invertir por el sector privado y poco estímulo comunitario.*

Según la consulta realizada el 68% manifiesta estar totalmente de acuerdo con el enunciado que el sector privado tiene poca confianza y no invierte o invierte poco en turismo, que sumado al porcentaje de bastante y parcialmente de acuerdo se tiene un 84% de aceptación; sin embargo, la dispersión se da al estar un 8% parcialmente en desacuerdo cuando manifiestan que “es el sector privado el que aporta en la actualidad su esfuerzos y apoyo al desarrollo de la actividad turística”. Otro experto manifestó que “depende de la temporalidad del juicio. Si evalúas sólo la coyuntura presente, ha disminuido la inversión privada en turismo. Si estadísticamente evalúas en el tiempo los servicios turísticos existentes domina la participación privada sobre lo público”.

En relación al (ítem 8) “poco estímulo a la comunidad organizada y de parte de los entes competentes para impulsar microempresas de servicios turístico; y participación en los procesos de gestión”, un 48% manifestó estar totalmente de acuerdo, un 24% se ubicó en bastante de acuerdo y parcialmente de acuerdo el 8%, el 8% restante mantuvo su posición en la segunda ronda manifestando “que con los consejos comunales el sector privado y la comunidad se ven beneficiados por la creación de microempresas”.

6. *Deficiente desarrollo de proyectos turísticos y exclusión del frente de agua.*

En cuanto al limitado o deficiente desarrollo de proyectos turísticos relacionados con la declaratoria como “Sitio de Valor Histórico Nacional”, los expertos opinaron en un 68% como totalmente de acuerdo y un 16% bastante de acuerdo. En cuanto a la exclusión del frente de agua dentro del perímetro de la

declaratoria patrimonial del Casco Histórico de Altagracia para afectar negativamente el desarrollo del turismo en la zona (ítem 10), el 68% manifiesta estar totalmente de acuerdo un 12% bastante de acuerdo, uno de los consultados correspondiente con el 4% se mostró parcialmente en desacuerdo, ya que piensa que “si en la zona del frente de agua existiera la declaratoria eso repercutiría mucho más en limitar el desarrollo de proyectos y la actividad turística por la declaratoria misma”, “la exclusión del frente de agua de la declaratoria es una formalidad legal, no determinante para el desarrollo turístico de la zona”.

7. Falta interés en aplicar el (PDUL Altagracia 1996)

Sobre la consulta a los expertos si considera que existe poco interés en la aplicación por parte de la actual administración de la Alcaldía Bolivariana para aplicar el Plan de Ordenamiento Urbano de Altagracia (PDUL Altagracia 1996) que regula el control del crecimiento urbano y la conservación del Casco Histórico, el 60% manifiesta estar totalmente de acuerdo con la afirmación, seguido por un 16% como parcialmente de acuerdo. En este planteamiento, ningún experto manifestó estar en desacuerdo solo un 12% se declaró neutral, no sabe o no contesta su respuesta

8. Cultura ciudadana que valore la actividad turística

En la consulta sobre la falta de una cultura ciudadana y la importancia de la concienciación sobre el potencial turístico, los consultados mostraron con un 60% está totalmente de acuerdo el 32% bastante de acuerdo lo que sumado representa el 92%, señalando una clara tendencia de la necesidad de concientizar la población para la actividad turística.

9. Necesidad de participación del sector privado

Para los expertos es clara la necesidad de motivar la participación de actores del sector privado en la planificación y procesos de gestión turística, cuando reafirman con el 84% estar completamente de acuerdo y el resto 16% manifestó estar bastante de acuerdo (Tabla 41 y Figura 71).

Tabla 41. I Parte: Planificación y Gestión Turística

Afirmación Consultada	Media (X)	Mediana (Me)	Desviación Estándar (s)	Frecuencia Relativa (%)						
				1	2	3	4	5	6	7
1. Los Puertos de Atagracia y el municipio Miranda adolecen de una planificación de desarrollo turístico integral para la zona	1.84	1.00	1.675	64.0	20.0	8.0	0	0	0	8.0
2. Actualmente el turismo es una actividad de poca trascendencia económica en el municipio.	2.20	1.00	1.915	52.0	28.0	4.0	0	4.0	1.0	8.0
3. La asignación de recursos económicos para los organismos de gestión turísticas pública local y estatal es insuficiente	1.80	1.00	1.500	64.0	20.0	4.0	4.0	4.0	0	4.0
4. Falta voluntad política por los distintos niveles de gobierno para llevar adelante el desarrollo del turismo en el Municipio	1.48	1.00	1.194	80.0	8.0	4.0	4.0	4.0	0	0
5. Inexistencia de un ente coordinador que viabilice el rescate y aprovechamiento de los recursos naturales y culturales existentes para poner en valor turístico el casco fundacional	2.16	2.00	1.599	36.0	44.0	12.0	0	0	0	8.0
6. La falta de continuidad administrativa, dificulta la efectiva concreción de planes y proyectos turísticos y urbanísticos.	1.80	1.00	1.080	52.0	28.0	12.0	4.0	4.0	0	0
7. El sector privado tiene poca confianza y no invierte o invierte poco en turismo	1.80	1.00	1.354	68.0	8.0	8.0	8.0	8.0	0	0
8. Pocos estímulos a la comunidad organizada y de parte de los entes competentes para impulsar microempresas de servicios turístico; y participación en los procesos de gestión	2.04	2.00	1.306	48.0	24.0	12.0	8.0	8.0	0	0
9. Limitado/deficiente desarrollo de proyectos turísticos relacionados con la declaratoria como "Sitio de Valor Histórico Nacional", para la preservación del Casco Histórico Atagracia	1.80	1.00	1.683	68.0	16.0	8.0	0	0	0	8.0
10. La exclusión del frente de agua dentro del perímetro de la declaratoria patrimonial del Casco Histórico de Atagracia afecta negativamente el desarrollo del turismo en la zona	1.80	1.00	1.472	68.0	12.0	8.0	0	8.0	4.0	0
11. Falta interés por la actual administración de la Alcaldía Bolivariana para aplicar el Plan de Ordenamiento Urbano de Atagracia (PDUL Atagracia, 1996) que regula el control del crecimiento urbano y la conservación del Casco Histórico	1.80	1.00	1.472	60.0	12.0	16.0	12.0	0	0	0
12. Hace falta una cultura ciudadana que valore la actividad turística y la importancia de la concienciación sobre el potencial turístico del destino.	1.56	1.00	.917	60.0	32.0	4.0	0	4.0	0	0
13. Necesidad de motivar la participación de actores del sector privado en la planificación y procesos de gestión turística	1.16	1.00	.374	84.0	16.0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia 2013.

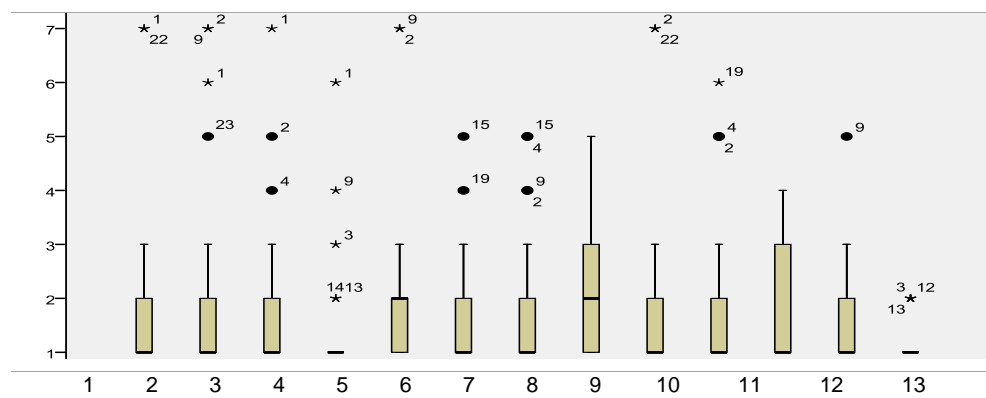


Figura 71. I Parte: Planificación y Gestión Turística

Fuente: Elaboración propia 2013.

B. Oferta (Recursos Naturales y Culturales)

1. Limitan la presencia de turistas por contaminación del Lago de Maracaibo.

Al consultar los expertos si la contaminación del Lago de Maracaibo limita la presencia de turistas, el 44% manifiesta estar totalmente de acuerdo el 16 y 20% se ubican en bastan de acuerdo y parcialmente de acuerdo, el 12% parcialmente en desacuerdo y con un 8% como bastante y totalmente en desacuerdo, algunos manifestaron que “no creo que afecte ya que siempre hay turistas en la zona”, “el municipio cuenta con playa aptas para el disfrute por la salida al golfo que no afectan el turismo de sol y playa”, “el visitante del casco histórico y frente de agua disfruta del Lago de Maracaibo para la contemplación del paisaje y recreación en tiempos de ocio”.

2. La conservación de las viviendas pasa por el nivel de concientización de sus habitantes.

En la afirmación sobre la conservación de las viviendas residenciales del Casco Histórico que pasa por el nivel de concientización de sus habitantes y propietarios los expertos con el 40% están totalmente de acuerdo, un 36% bastante de acuerdo para un 76% a favor de la afirmación; sin embargo, dos (2) de los consultados q representan el 8% manifestaron estar parcialmente y completamente en desacuerdo por considerar que se requiere “más que concientizar a la población es apoyo económico y técnico”, “debe existir más concientización y responsabilidad del gobierno local que del mismo habitante”.

3. Deterioro consecuencia de los altos costos.

En referencia al deterioro y abandono por parte de los habitantes o propietarios de las edificaciones residenciales patrimoniales como consecuencia de los altos costos para su mantenimiento los encuestados el 44% está totalmente de acuerdo y el 28% bastante de acuerdo el 20% parcialmente de acuerdo, a pesar de que no hay una tendencia precisa en las opiniones es claro que, se inclinan por manifestar que las limitaciones económicas está influyendo en el deterioro de las misma, un experto expuso que “se requiere asesoramiento por parte de los entes municipales y regionales”, otro experto manifestó que “es difícil conservar las edificaciones cuando el material con el que se construyeron es barro”, “falta de conocimiento sobre la importancia de conservar el patrimonio existente”.

4. Presencia de estudiante en viviendas.

Los expertos no mostraron una tendencia clara sobre si la presencia de estudiantes está siendo un factor de presión para que se alteren las viviendas, ubicándose la media en el valor 3, lo que equivale a estar “parcialmente de acuerdo” y una dispersión de 1.8; sin embargo, el 48% se mostraron estar totalmente y bastante de acuerdo.

5. Horarios de aperturas de los recursos inadecuados.

En relación a la adecuación de los horarios de visita a los lugares turísticos, sumando los que dicen estar “totalmente de acuerdo” y “bastante de acuerdo” arrojando el resultado del 64% de los consultaos de estar de acuerdo en que los horarios no son adecuado para los turistas.

6. Poca diversidad de artesanía y falta de promoción a la existente.

En cuanto a este ítem la tendencia es muy clara ya que el 60% dijo estar totalmente de acuerdo en que hay poca diversidad artesanal y se requiere promoción de la existente.

7. Tímida la promoción de acontecimientos programados

Según la valorización expresada sumando los que respondieron totalmente y bastante de acuerdo se obtiene que el 84% se inclinen por ser tímida la promoción de los actores para promover los acontecimientos programados (Tabla 42 y Figura 72).

Tabla 42. I Parte: Oferta (recursos naturales y culturales).

Afirmación Consultada	Media (X)	Mediana (Me)	Desviación Estándar (s)	Frecuencia Relativa (%)						
				1	2	3	4	5	6	7
1. Problemas de impacto ambiental por contaminación del Lago de Maracaibo, limitan la presencia de turistas en la zona	2.54	2.00	1.817	44.0	16.0	20.0	0	12.0	4.0	4.0
2. La conservación de las viviendas residenciales del Casco Histórico pasa por el nivel de concientización de sus habitantes y propietarios acerca del valor que poseen.	2.17	2.00	1.465	40.0	36.0	12.0	4.0	4.0	0	4.0
3. El deterioro y en algunos casos abandono por parte de los habitantes/propietarios de las edificaciones residenciales patrimoniales, es consecuencia de los altos costos para su mantenimiento	2.08	2.00	1.316	44.0	28.0	20.0	0	4.0	4.0	0
4. La presencia de estudiantes de otros estados y municipios, sumados a la crisis económica es un factor de presión para que los dueños de viviendas con valor histórico, alteren física y espacialmente las mismas al convertirlas en residencias estudiantiles.	3.08	3.00	1.816	24.0	24.0	20.0	12.0	4.0	12.0	4.0
5. En Altagracia los horarios de apertura de los recursos turísticos (museos, iglesia, entre otros) son inadecuados para los visitantes	2.33	2.00	1.341	36.0	28.0	16.0	16.0	4.0	0	0
6. Existe poca diversidad de artesanía y falta de promoción a la existente	1.75	1.00	1.391	60.0	24.0	8.0	4.0	0	0	4.0
7. Tímida promoción de los actores sociales y turísticos en forma coordinada para la revalorización de recursos culturales como son los acontecimientos programados anuales propios de su cultura	1.75	1.50	1.113	48.0	36.0	8.0	0	8.0	0	0

Fuente: Elaboración propia 2013.

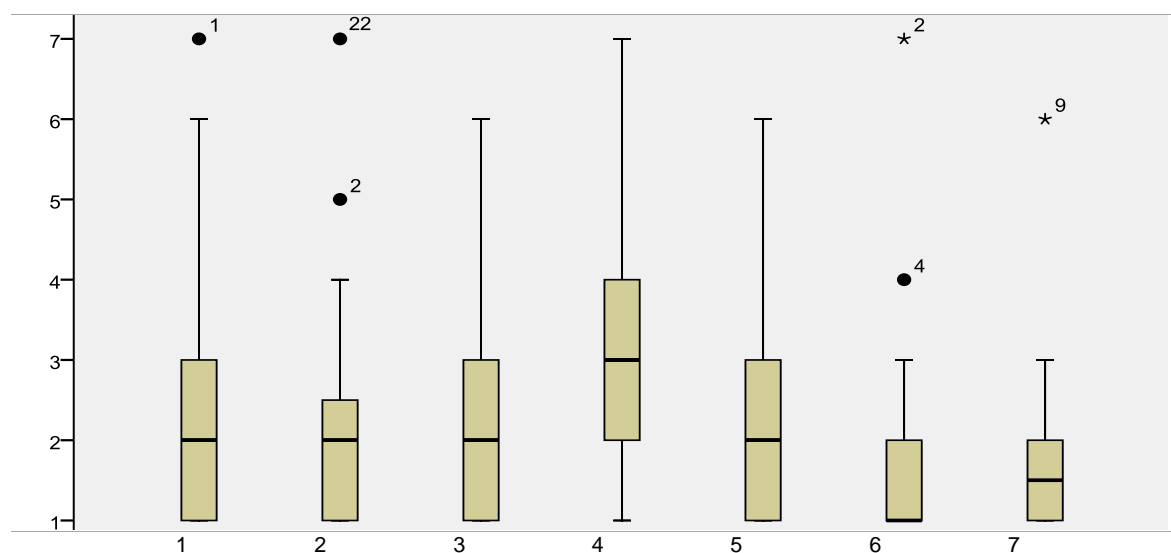


Figura 72. I Parte: Oferta (recursos naturales y culturales).

Fuente: Elaboración propia 2013.

C. Demanda Turística

1. Baja la demanda de turistas extranjeros en el Estado Zulia.

En cuanto a la evaluación cualitativa sobre la baja demanda de turistas extranjeros en el Zulia, el 44% se muestra “totalmente de acuerdo” con la afirmación y un 24 y 20% bastante de acuerdo y parcialmente de acuerdo.

2. La cercanía al estado Falcón crea competencia y pérdida del mercado turístico en renglón sol y playa.

El 48% de los consultados manifestó estar “totalmente de acuerdo”, y un 24% “bastante de acuerdo”, algunos expertos están parcialmente y totalmente en desacuerdo, opinando que: “muchas personas cuando viajan al estado Falcón lo hacen por el mercado libre”, otro dice que no afecta ya que “existe una presencia alta de visitantes todos los fines de semana y la presencia en los restaurantes y el tráfico vehicular por las tardes así lo demuestran”.

3. Poco exigente la demanda de visitante como turismo interno al provenir de otros municipios del estado Zulia y del resto del país

En relación a este ítem, el 36% de los consultados manifestó estar “totalmente de acuerdo”, un 20% se inclinó por “bastante de acuerdo” y el 32% por parcialmente de acuerdo, algunos expertos opinan “no estar de acuerdo ya que el visitantes no deja de ser exigente por ser turismo interno” o nacional.

4. Puede producir rechazo hacia la actividad turística, al superarse la capacidad de carga y la contaminación acústica durante realización de eventos.

En este ítem las opiniones están muy dispersas, tomando en cuenta el valor de la mediana (3) que se ubica en “parcialmente de acuerdo”; sin embargo, un 16% de los encuestados se inclinan por “parcialmente en desacuerdo”, 16% “bastante en desacuerdo”, expertos opinan lo siguiente que: “creo que más rechazo se puede producir por razones de inseguridad dada la presencia de personas extrañas”, “muchos residentes aprovechan esa gran cantidad de personas que nos visitan para tener ingresos adicionales al vender productos de la gastronomía local y mercancías”, “los residentes están acostumbrados a la presencia de visitantes en tiempos de ferias y eventos culturales”.

5. Inexistencia de campañas de promoción turística hacia la localidad.

El 56% de los expertos manifestaron estar “totalmente de acuerdo” y un 28% “bastante de acuerdo”, que sumados representan el 84% de los consultados de acuerdo con que no existen campañas de promoción turística hacia la localidad (Tabla 43 y Figura 73).

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Tabla 43. I Parte: Demanda Turística

Afirmación Consultada	Media (X)	Mediana (Me)	Desviación Estándar (s)	Frecuencia Relativa (%)						
				1	2	3	4	5	6	7
1. Porcentaje de turistas extranjeros que visitan el Estado Zulia es muy bajo en relación a otros destinos de Venezuela	2.20	2.00	1.581	44.0	24.0	20.0	4.0	0	4.0	4.0
2. Por su cercanía al estado Falcón existe competencia y pérdida potencial del mercado turístico en el renglón sol y playa.	2.28	2.00	1.768	48.0	24.0	8.0	4.0	8.0	4.0	4.0
3. Es poco exigente la demanda de visitante como turismo interno al provenir de otros municipios del Estado Zulia y del resto del país	2.40	2.00	1.555	36.8	20.0	32.0	4.0	4.0	0	4.0
4. Se puede producir rechazo hacia la actividad turística en los residentes del casco histórico, al superarse la capacidad de carga vehicular y la contaminación acústica durante la realización de eventos como ferias populares entre otras.	3.32	3.00	1.749	16.0	24.0	20.0	8.0	16.0	16.0	0
5. Inexistencia de campañas de promoción turística hacia la localidad	1.68	1.00	.945	56.0	28.0	8.0	8.0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia 2013.

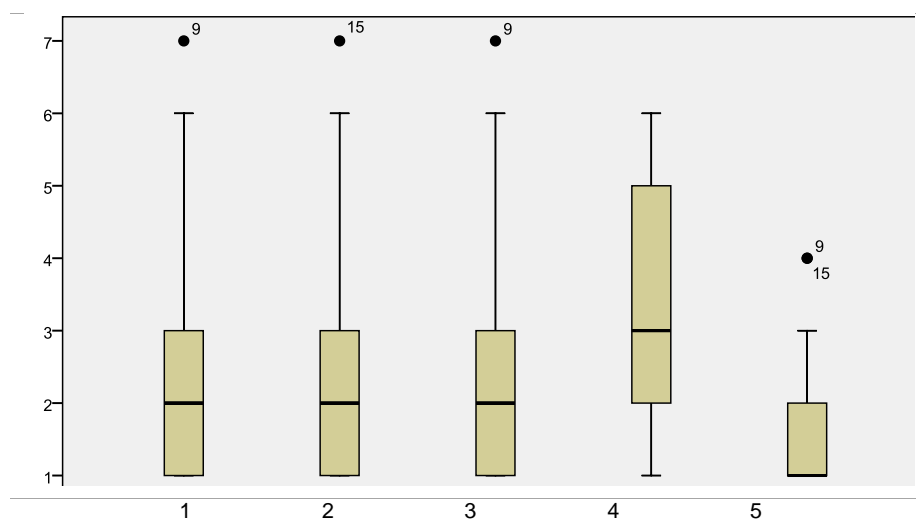


Figura 73. I Parte: Demanda Turística

Fuente: Elaboración propia 2013.

D. Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos.

1. *No existen hoteles categorizados, y la cercanía a ciudades como Maracaibo es una amenaza que desincentiva el desarrollar la infraestructura hotelera.*

En relación a la inexistencia de hoteles categorizados el 84% opina estar “totalmente de acuerdo”, en relación a la amenaza para el desarrollo de la infraestructura hotelera por la cercanía a ciudades como Maracaibo, el 40% está “totalmente de acuerdo” con la afirmación, el 20% “bastante de acuerdo” y un 16% “parcialmente de acuerdo”; sin embargo, un 12% se muestra “parcialmente en desacuerdo” el 4 y 8% bastante y totalmente en desacuerdo, opinan los expertos que: “la puesta en valor de los atractivos naturales y culturales de Los Puertos de Altagracia, puede generar una importante demanda de alojamiento hotelero si se logra promover como destino turístico”, otro experto manifestó “la cercanía a ciudades importantes puede generar demanda que con el tiempo incentivan el desarrollo hotelero”.

2. *De la falta de empresas de servicio de apoyo a la actividad turística*

En relación al grupo de ítems consultados sobre las empresas de servicio de apoyo a la actividad turística, es evidente que entre los expertos existe acuerdo con los planteamientos realizados con una tendencia a estar “totalmente de acuerdo”; en cuanto a los al planteamiento referido a: (ítem 3).

El mayor acuerdo corresponde al planteamiento referido a: (ítem 3) La inexistencia de empresas registradas de servicios turísticos; (ítem 5) empresas del transporte para el turismo así como paradores viales (ítem 6) insuficiencia de servicios financieros; (ítem 8) equipamiento en las playas (ítem 9) ausencia de facilidades como alimentos y bebidas dentro de las edificaciones históricas afecta negativamente la actividad turística. La tendencia en general sobre los aspectos consultados, siguiendo el orden según la numeración en el párrafo anterior son de 68, 60, 64, 68 y 48% “totalmente de acuerdo” y de segunda tendencia con el 20, 24, 24, 24 y 24% “bastante de acuerdo”, lo que se traduce en que para impulsar la actividad turística es urgente la creación empresas que generen facilidades y servicios de apoyo al visitante.

4. *Imagen débil/inexistente obstaculiza el marketing, por falta de equipamiento y señalización y ausencia de módulos de información turística.*

En relación a los ítems 4 y 7 los expertos se mostraron con el 76 y 64% “totalmente de acuerdo” y con el 16 y 28% como “bastante de acuerdo”, para cada afirmación lo que implica la necesidad de un buen plan de marketing e información

para crear imagen y promover la actividad turística lo que implica la ubicación permanente de módulos de información turística (Tabla 44 y Figura 74).

Tabla 44. I Parte: Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos.

Afirmación Consultada	Media (X)	Mediana (Me)	Desviación Estándar (s)	Frecuencia Relativa (%)						
				1	2	3	4	5	6	7
1. No existen hoteles categorizados que apoyen la actividad turística	1.16	1.00	.374	84.0	16.0	0	0	0	0	0
2. La cercanía con otras ciudades importantes como Maracaibo es una amenaza que desincentiva el desarrollar la infraestructura hotelera en el municipio Miranda	2.68	2.00	1.994	40.0	20.0	16.0	0	12.0	4.0	8.0
3. La inexistencia de empresas registradas de servicio turístico dentro del Municipio, afecta negativamente el desarrollo del turismo en la zona.	1.44	1.00	.712	68.0	20.0	12.0	0	0	0	0
4. Imagen débil/inexistente obstaculiza el marketing turístico municipal por falta de equipamiento y señalización en los lugares de interés turístico natural y urbano	1.32	1.00	.627	76.0	16.0	8.0	0	0	0	0
5. La inexistencia de empresas dedicadas al transporte turístico vehicular, así como paradores viales incide negativamente en el desarrollo de la actividad turística.	1.64	1.00	.995	60.0	24.0	12.0	0	4.0	0	0
6. Insuficiencia en servicios financieros como bancos y cajeros automáticos	1.52	1.00	.823	64.0	24.0	8.0	4.0	0	0	0
7. Ausencia de módulos de información turística permanentes para promover la actividad turística	1.44	1.00	.651	64.0	28.0	8.0	0	0	0	0
8. Inexistencia de equipamiento en las playas como zona de servicios permanente de apoyo al turismo.	1.44	1.00	.768	68.0	24.0	4.0	4.0	0	0	0
9. Ausencia de facilidades turística (información turística, alimentos y bebidas, entre otras) dentro de las edificaciones históricas y culturales, afectar la actividad turística	2.04	2.00	1.369	48.0	24.0	16.0	4.0	4.0	4.0	0

Fuente: Elaboración propia 2013.

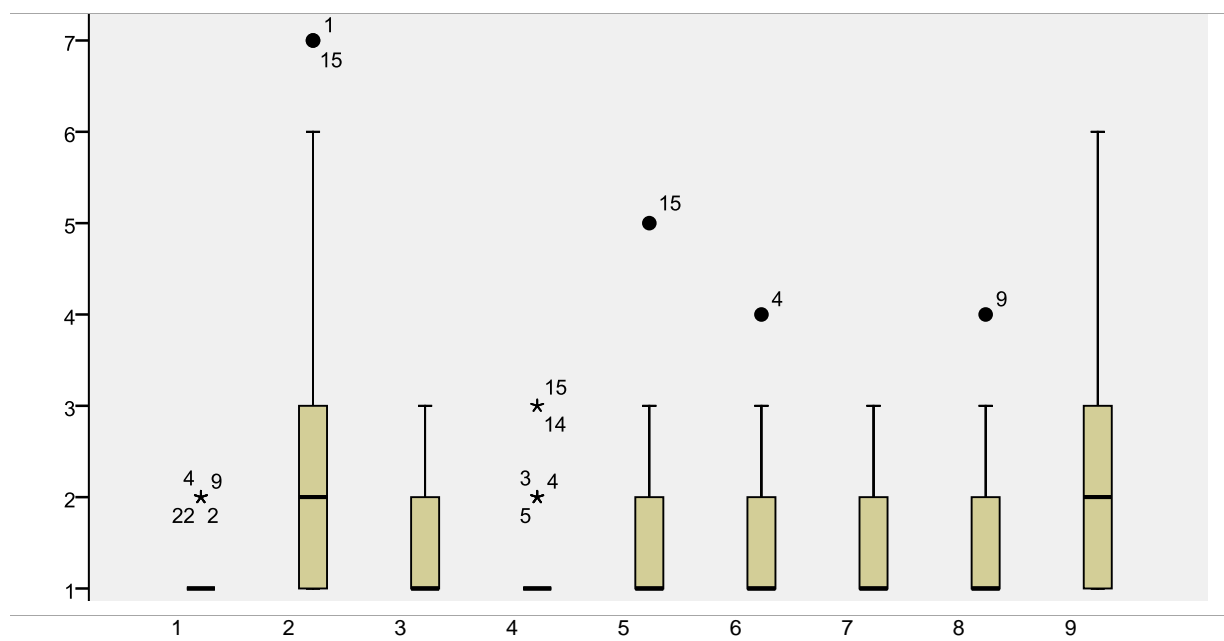


Figura 74. I Parte: Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos

Fuente: Elaboración propia 2013.

E. Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano.

1. *Mal estado de las vías de acceso principal y una adecuada señalización, limitan el desarrollo del turismo.*

El 76% de los expertos está “totalmente de acuerdo”, un 8% “bastante de acuerdo”, un 12% “parcialmente de acuerdo”, uno de los consultados dijo estar “parcialmente en desacuerdo” con esta afirmación porque cree que “el mal estado de las vías no están limitando la presencia de turistas tanto los fines de semana como en temporadas altas por el nivel de flujo vehicular observado, ya que es un problema permanente y generalizado a nivel del país”.

2. *Déficits en servicios básicos como electricidad, agua desincentivan la inversión. Falta de áreas de servicio, mobiliario urbano, seguridad entre otros.*

En cuanto al ítem 2, sobre la importancia de los servicios básico para incentivar la inversión turística el 64% manifestó estar “totalmente de acuerdo”, un 16% está bastante y parcialmente de acuerdo y en cuanto al ítem 3, referido al equipamiento urbano seguridad permanente entre otros, el 74% está “totalmente de acuerdo” con la afirmación de que se requieren entre otros para apoyar la actividad turística (Tabla 45 y Figura 75).

Tabla 45. I Parte: Accesibilidad, Infraestructura Básica de Servicio y Equipamiento Urbano.

Afirmación Consultada	Media (X)	Mediana (Me)	Desviación Estándar (s)	Frecuencia Relativa (%)						
				1	2	3	4	5	6	7
1. El mal estado de las vías de acceso principal al Municipio, así como una adecuada señalización, demarcación y alumbrado limitan el desarrollo del turismo	1.48	1.00	1.005	76.0	8.0	12.0	0	4.0	0	0
2. Déficits de servicios básicos de infraestructura referidos a electricidad, agua, afecta/desincentivan la inversión y el desarrollo del turismo.	1.60	1.00	.913	64.0	16.0	16.0	4.0	0	0	0
3. Los sitios turísticos no cuentan con transporte, servicios y mobiliario urbano adecuado: bancos, cestos de basura, seguridad permanente entre otros.	1.36	1.00	.638	72.0	20.0	8.0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia 2013.

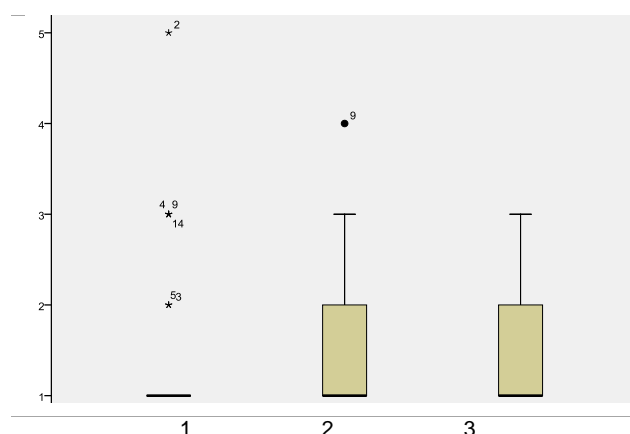


Figura 75. I Parte: Accesibilidad, Infraestructura Básica de Servicio y Equipamiento Urbano

Fuente: Elaboración propia 2013.

6.3.2 II Parte: Potencialidades (Fortalezas y Oportunidades)

El objetivo de esta parte es describir y valorar la situación actual en cuanto a ciertos aspectos favorables y potenciales con que cuenta el municipio Miranda para poner en valor turístico el frente de agua y el casco histórico de su capital Los Puertos de Altagracia.

A. Planificación y Gestión Turística

1. Formar parte del I Censo del Patrimonio Cultural Venezolano como “Bien de Interés Cultural”, es una oportunidad para el desarrollo del turismo.

En este aspecto el 80% de los expertos manifestó estar “totalmente de acuerdo”, un 4% se inclina por parcialmente en desacuerdo cree “el turismo no se desarrolla por la declaratoria de un bien patrimonial”.

2. Nueva Ley de Financiamiento es una oportunidad.

Con relación a que la nueva Ley de Financiamiento del sector es una oportunidad para la inversión, el 76% de los expertos está “totalmente de acuerdo”, un 16% “bastante de acuerdo”, uno de los expertos 4% manifiesta estar parcialmente de acuerdo ya que existe “discrecionalidad para la asignación de recursos por el factor político, y el hecho que exista una ley con incentivos no significan que los expertos acudan por falta de promoción e información”.

3. Coincidencia de opciones/consenso político favorece la actividad.

Con respecto a las coincidencias actuales por opciones/consenso político existente entre los actores involucrados para favorecer el desarrollo del turismo, el 60% se muestra “totalmente de acuerdo”, un 12% se inclina por bastante de acuerdo y parcialmente de acuerdo, que sumados se tiene el 84% a favor; sin embargo, un 8% se mantiene neutral y otro 8% “parcialmente en desacuerdo”, ya que en opinión de uno de los consultados “no existe en la práctica voluntad política para impulsar la actividad turística”, otro manifestó: “solo interesa el desarrollo del turismo en tiempos de campañas electorales”, “los recursos son desviado a otros renglones como necesidades prioritarias por ejemplo las misiones”.

4. El turismo puede revalorizar el patrimonio cultural urbano del casco histórico.

Como actividad para revalorizar el patrimonio cultural el 84% dice estar “totalmente de acuerdo” un 4% se muestra neutral “piensa que no necesariamente será revalorizado, ya que el turismo tiene elementos negativos que puede afectar la preservación del patrimonio sino está educado”.

5. Participación de las comunidades organizadas, consejos comunales, entre otras, contemplados en la Ley de Crédito para el Turismo, impulsará el desarrollo turístico.

Más de la mitad se manifestaron “totalmente de acuerdo” con 56%, un 20% “bastante de acuerdo” y 12% “parcialmente de acuerdo”, el 12% restante manifestó estar “parcialmente en desacuerdo” opinando uno de los expertos que: “no necesariamente impulsará el desarrollo turístico de la zona, mientras estas comunidades organizadas no estén formadas por personas que conozcan realmente la importancia y el potencial turístico del Municipio, no desarrollaran planes acordes a las necesidades de la región”, prosiguiendo “en ocasiones se observan personas que están más por beneficios personales” o “estatus” de vida que colectivos, o “el de su entorno”.

6. Fomentar la actividad turística mejorar la calidad de vida de sus habitante

Sumando los que están “totalmente de acuerdo” 80% con los que están “bastante de acuerdo” obtenemos un 96% de aceptación a la afirmación, lo que evidencia que la actividad turística mejorar a futuro la calidad de vida de los habitantes.

7. Presencia de la Universidad Rafael María Baralt con carreras nuevas en el país, y cursos de formación turísticas promovidas por la Alcaldía y las misiones educativas, pueden potenciar el desarrollar del turismo

En relación a los ítems 7 y 8, los expertos opinan sobre la primera afirmación estar en un 56% están “totalmente de acuerdo”, seguidos de un 20% como “bastante de acuerdo”; sin embargo, algunos opinan que: “lo que más pueden aportar la presencia de la Universidad Rafael María Baralt no es que tenga carrera nuevas en el país, sino el vincular proyectos de investigación en el área turística, ya que en la actualidad no se dan”, otro opina que “la universidad está desvinculada de la realidad cultural del Municipio”. Sobre los cursos de formación turísticas promovidas por la Alcaldía de Miranda y las misiones educativas, el 48% está “totalmente de acuerdo” y un 24 y 20% están “parcialmente de acuerdo” y “bastante de acuerdo”, lo que implica que la tendencia de los consultados es a estar de acuerdo con la formación que por medio de las misiones se imparte; sin embargo, un experto opina estar bastante en desacuerdo ya que “los actuales planes de formación de las misiones solo se quedan en un nivel informativo y de manejo político más que académico” (Tabla 46 y Figura 76).

Tabla 46. II Parte: Planificación y Gestión Turística

Afirmación Consultada	Media (X)	Mediana (Me)	Desviación Estándar (s)	Frecuencia Relativa (%)						
				1	2	3	4	5	6	7
1. Formar parte el municipio Miranda del I Censo del Patrimonio Cultural Venezolano como "Bien de Interés Cultural" (resolución N° 003-05 Fecha 20/02/2005) es una oportunidad para el desarrollo del turismo y divulgar y preservar su herencia cultural.	1.36	1.00	.907	80.0	12.0	4.0	0	4.0	0	0
2. La nueva Ley de Financiamiento Turística (2009), así como el FONTUR, entre otras es una oportunidad para acceder a inversión en equipamiento o mejora de las existentes	1.40	1.00	9.13	76.0	16.0	4.0	0	4.0	0	0
3. Favorece el desarrollo del turismo en el Municipio la coincidencia de opciones/consenso político existente entre los actores involucrados en el sector a nivel nacional, estatal y municipal	1.92	1.00	1.352	60.0	12.0	12.0	8.0	8.0	.0	0
4. El turismo puede ser una actividad para revalorizar la conservación del patrimonio cultural urbano del casco histórico de Los Puertos de Altagracia	1.24	1.00	.663	84.0	12.0	0	4.0	0	0	0
5. La participación de las comunidades organizadas, consejos comunales, asociaciones entre otras, como actores locales protagónicos, contemplados en la Ley de Crédito para el Turismo (2009), impulsará el desarrollo turístico en la zona.	1.92	1.00	1.352	56.0	20.0	12.0	0	12.0	0	0
6. Fomentar la actividad turística en la zona mejorar la calidad de vida de sus habitantes	1.36	1.00	1.036	80.0	16.0	0	0	0	4.0	0
7. Presencia de la Universidad Rafael María Baralt, que cuenta con carreras nuevas en el país y una demanda alta de estudiantes, de otros estados y países vecinos como Bolivia, Perú y Colombia, puede potenciar el desarrollar del turismo	2.04	1.00	1.620	56.0	20.0	8.0	4.0	8.0	0	4.0
8. Existencia de cursos de formación turística promovidas por la Alcaldía de Miranda y las misiones educativas, favorecen el desarrollo de recursos humanos para potenciar el turismo.	2.28	2.00	1.720	48.0	20.0	24.0	4.0	0	4.0	0

Fuente: Elaboración propia 2013.

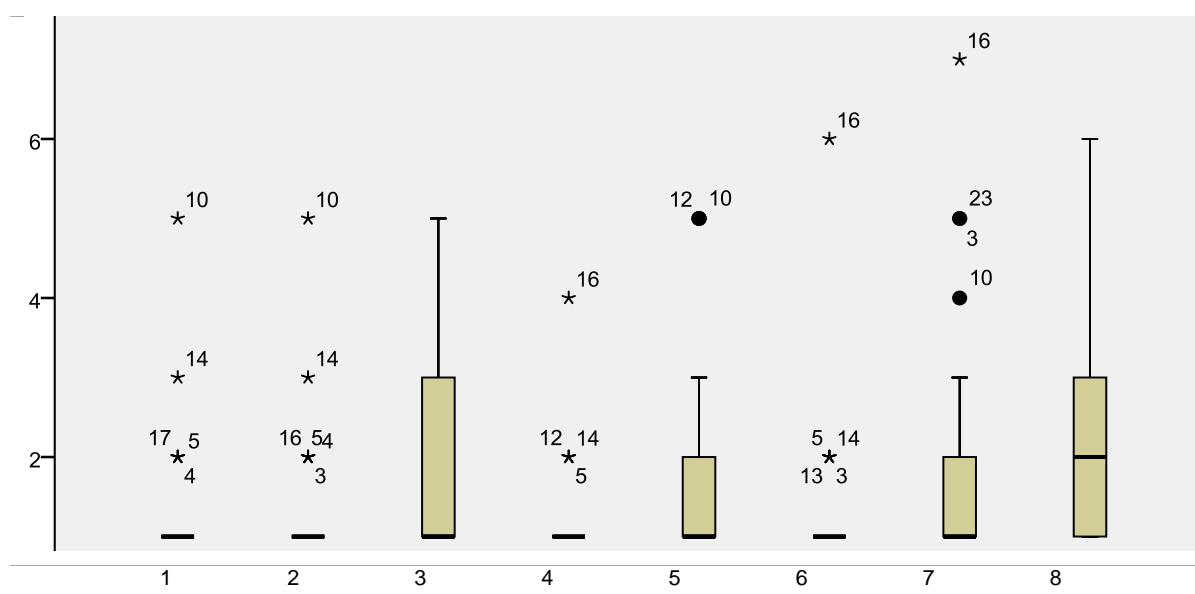


Figura 76. II Parte: Planificación y Gestión Turística

Fuente: Elaboración propia 2013.

b) Oferta (recursos naturales y culturales)

1. *Potencial turístico cultural, patrimonial, artístico y religioso que requieren ser puestos en valor turístico. Playas actas/aptas y muy visitadas para el desarrollo del turismo de sol y playa.*

En relación a estos ítems (1 y 2) consultados, el 84% está “totalmente de acuerdo”, en que existe un potencial patrimonial que no está puesto en valor turístico, y sobre la segunda afirmación referida a la presencia de playas para el desarrollo del turismo más de la mitad de los expertos 52% están “totalmente de acuerdo” y el 24% “bastante de acuerdo”, difiere un 8% como “parcialmente en desacuerdo”, opinando que “las playas requieren acondicionamiento con áreas para el aseo y facilidades turísticas como alimentación y bebidas”.

2. *Ubicación estratégica, clima tropical y la presencia casi permanente del sol todo el año, variedad de recursos naturales para actividades científicas - contemplativas, recreativas, deportivas entre otras.*

Los tres (3) planteamientos anteriores correspondientes a los ítems 3, 4 y 5 del párrafo anterior obtuvieron consenso al estar “totalmente de acuerdo” los expertos en 76%, con la ubicación estratégica, 60% en cuanto al clima tropical favorable a la actividad turística, y 84% la diversidad de recursos naturales para la actividad turística ecológica, todos con una mediana de “1”.

3. *Festividades religiosas-culturales programadas todo el año. Frente de agua, zona urbana para uso turístico recreacional y de ocio.*

Estos dos (2) planteamientos (ítems 6 y 7), obtuvieron una valoración del 92 y 80% “totalmente de acuerdo” respectivamente.

4. *La presencia en el Municipio de empresas como PEQUIVEN, ENSAL, AGA, entre otros, son atractivos que favorece el desarrollo del turismo en la zona*

Sobre este ítem 8, la opinión de los consultados presenta una cierta dispersión; sin embargo, la tendencia es a estar de acuerdo, 40% están “bastante de acuerdo” y el 28%, están “totalmente de acuerdo”; un (1) experto dijo estar “completamente en desacuerdo” y dos (2) “parcialmente en desacuerdo” porque “más que atractivos turísticos estas empresas son parte fundamental en el desarrollo y en la tasa de empleo del Municipio”, otro experto opino: “estas son empresas básicas del Estado Venezolano y muchas contribuyen a generar contaminaciones atmosféricas, acústicas y de las aguas del lago, y por estar en zonas de seguridad dificulta el ser visitadas por turistas”; otro experto cree que todo “elemento de progreso trae consigo destrucción de ecosistema un ejemplo lo que ocasionará la construcción del

Puente “NIGALE” como Puente alternativo del Lago de Maracaibo que traerá consigo el dragado y “pilotaje” de muchas playas turísticas en las costas de Punta de Palma con lo cual se afectará negativamente el turismo”.

5. Arraigo y el sentido de identidad de los habitantes con sus costumbres y tradiciones y considerar como un buen sitio para vivir. Gente hospitalaria, alegre, con un trato amigable para con los visitantes.

En cuanto a estos ítems 9 y 10, la tendencia es a estar de acuerdo, para el primer planteamiento, el 44% manifestó estar “totalmente de acuerdo” y el 24% bastante y parcialmente de acuerdo, algunos manifestaron no estar totalmente de acuerdo, ya que consideran que la inseguridad es un problema grave para todo el país; en cuanto al ítem 10, el 52% de los consultados se mostraron “totalmente de acuerdo”, el siguiente valor es para los que están “bastante de acuerdo” con el 24%, lo que se traduce sumando ambas en un total de 76% en creer que la gente es hospitalaria y alegre para los visitantes (Tabla 47 y Figura 77).

Tabla 47. II Parte: Oferta (recursos naturales y culturales)

Afirmación Consultada	Media (X)	Mediana (Me)	Desviación Estándar (s)	Frecuencia Relativa (%)						
				1	2	3	4	5	6	7
1. Los Puertos de Atagracia cuentan con potencial turístico cultural, patrimonial, artístico y religioso que requieren ser puestos en valor turístico	1.16	1.00	.374	84.0	16.0	0	0	0	0	0
2. El Municipio Miranda cuenta con playas actas/aptas y muy visitadas para el desarrollo del turismo de sol y playa y de deportes activos.	1.96	1.00	1.306	52.0	24.0	8.0	8.0	8.0	0	0
3. La ubicación estratégica del municipio por presentar aproximadamente 100 km de línea de costas del Lago y Mar.	1.24	1.00	.436	76.0	24.0	0	0	0	0	0
4. Clima tropical cálido húmedo todo el año con temperatura media de 28°C y la presencia casi permanente del sol incide positivamente en la permanencia de turistas todo el año	1.56	1.00	.821	60.0	28.0	8.0	4.0	0	0	0
5. Variedad de recursos naturales (costa, lago, manglares, ciénaga y aves como el flamencos) que generan paisajes interesantes para actividades científicas - contemplativas, recreativas, deportivas entre otras	1.24	1.00	.597	84.0	8.0	8.0	0	0	0	0
6. Festividades religiosas-culturales programadas todo el año entre las que destacan: "Vuelta al terruño", fiestas patronales de Atagracia, San Benito, coleos de toros, entre otros; para ofrecer al visitante.	1.08	1.00	.277	92.0	8.0	0	0	0	0	0
7. Frente de agua del "Boulevard Padilla", zona urbana para uso turístico recreacional y de ocio fortalece el potencial turístico de Los Puertos.	1.28	1.00	.614	80.0	12.0	8.0	0	0	0	0
8. La presencia en el Municipio de empresas como PEQUIVEN, ENSAL, AGA, puerto de embarque petrolero "Puerto Miranda", entre otros, son atractivos que favorece el desarrollo del turismo en la zona	2.68	2.00	1.909	28.0	40.0	4.0	12.0	8.0	0	4.0
9. Arraigo y el sentido de identidad de los habitantes con sus costumbres y tradiciones y considerar como un buen sitio para vivir, por su seguridad y tranquilidad favorece la actividad turística	1.96	2.00	1.020	44.0	24.0	24.0	0	0	0	0
10. Gente hospitalaria, alegre, con un trato amigable que los habitantes tienen para con los visitantes	1.84	1.00	1.106	52.0	24.0	16.0	4.0	4.0	0	0

Fuente: Elaboración propia 2013.

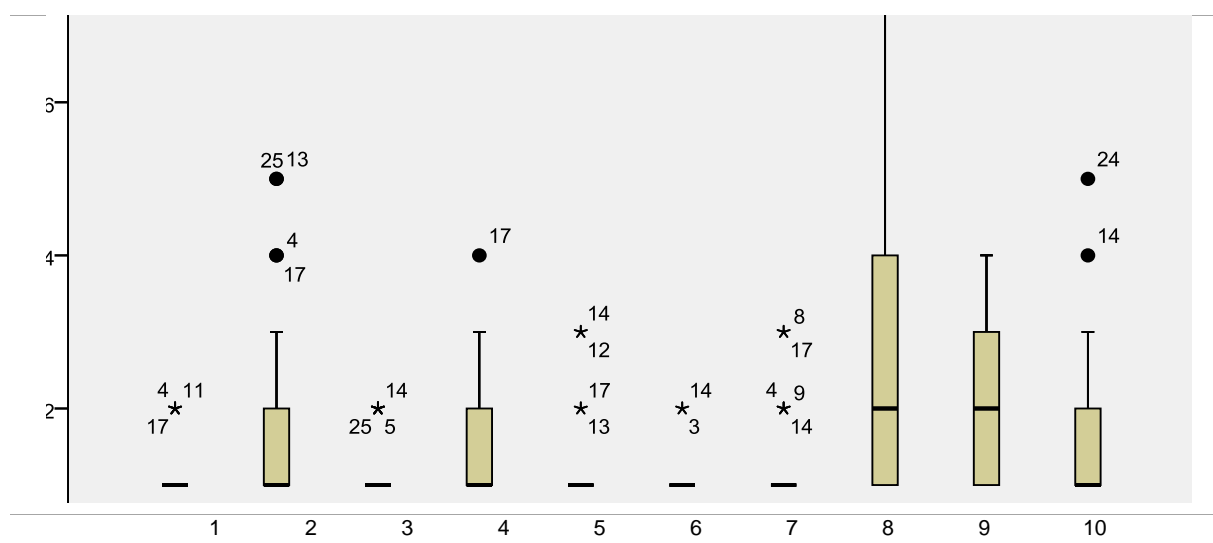


Figura 77. II Parte: Oferta (recursos naturales y culturales)

Fuente: Elaboración propia 2013.

B. Demanda Turística

1. *Presencia de forma espontánea de visitantes; ciudades como Maracaibo generan una demanda potencial de visitantes; alta demanda del turismo sol y playa, gastronómico, de visita a familiares, es una oportunidad para valorar y rescatar el casco histórico de Altagracia.*

En relación a estos planteamientos en general, la tendencia es a estar “totalmente de acuerdo”, siguiendo el orden: 80, 76 y 88% respectivamente (Tabla 48 y Figura 78).

Tabla 48. Demanda Turística.

Afirmación Consultada	Media (X)	Mediana (Me)	Desviación Estándar (s)	Frecuencia Relativa (%)						
				1	2	3	4	5	6	7
1. Presencia de forma espontánea de visitantes (siendo más excursionistas que turistas) durante distintas épocas del año: fines de semana, carnaval, Semana Santa entre otros	1.28	1.00	.614	80.0	12.0	8.0	0	0	0	0
2. Existencia de ciudades cercanas como Maracaibo que escasamente se ubica a 34 Km. de la población altagraciana puede generar una demanda potencial de visitantes	1.28	1.00	.542	76.0	20.0	4.0	0	0	0	0
3. La alta demanda en el Municipio Miranda de visitantes especialmente para el turismo de sol y playa, gastronómico, de visita a familiares durante todo el año es una oportunidad para valorar y rescatar el casco histórico de Altagracia	1.28	1.00	.891	88.0	4.0	4.0	0	4.0	0	0

Fuente: Elaboración propia 2013.

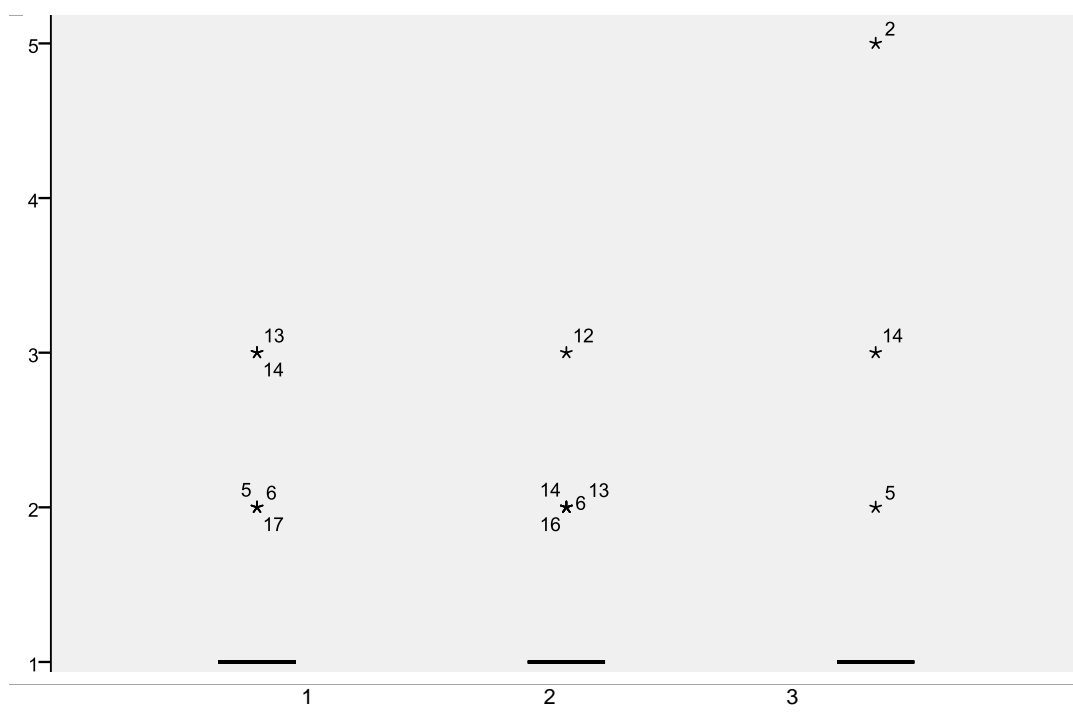


Figura 78. Demanda Turística

Fuente: Elaboración propia 2013.

C. Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos

1. *La actual construcción de hotel impulsará la actividad turística; restaurantes muy demandados, siendo valorada la gastronomía como muy buena y de precios accesibles.*

Con respecto a estos planteamientos consultados la tendencia se enmarca en 56 y 60% “totalmente de acuerdo”, el resto de los expertos se ubicó en las tendencias de bastan y parcialmente de acuerdo.

2. *Red de transporte público municipal (SABTRA) facilita desplazamiento de visitantes desde el terminal lacustre.*

En relación a la evaluación cualitativa al transporte municipal las respuestas a pesar de ubicarse todas en estar de acuerdo, ubicándose la media en (2), “bastante de acuerdo”, tienen sus dudas, un experto dijo “no estar totalmente de acuerdo porque no se trata de un transporte turístico”, otro “se tendrían que crea circuitos turístico dentro del municipio”.

3. *Presencia de emisoras de radio local, de televisión por suscripción, un semanario, informan sobre cualquier evento cultural, así como concienciar a la población.*

Para esta afirmación la tendencia se ubica con la mediana en el valor 2, “bastante de acuerdo”, con la frecuencia relativa de 44%, el 40% totalmente de acuerdo, lo que sumados totalizan el 84% de aceptación (Tabla 49 y Figura 79).

Tabla 49. II Parte: Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos.

Afirmación Consultada	Media (X)	Mediana (Me)	Desviación Estándar (s)	Frecuencia Relativa (%)						
				1	2	3	4	5	6	7
1. La actual construcción de un hotel en la zona norte de Altagracia y uno en proyecto en la zona sur impulsará la actividad turística del Municipio	1.64	1.00	.810	56.0	24.0	20.0	0	0	0	0
2. Restaurantes muy demandados especialmente los fines de semana y en temporadas altas por visitantes de otros municipios y residentes, siendo valorada la gastronomía como muy buena y de precios accesibles.	1.48	1.00	.653	60.0	32.0	8.0	0	0	0	0
3. Red de transporte público municipal (SABTRA) que conecta la ciudad de Altagracia con el resto del municipio facilitando el desplazamiento de visitantes desde el terminal lacustre	2.00	2.00	.816	32.0	36.0	32.0	0	0	0	0
4. Presencia de tres (3) emisoras de radio local, una (1) red local de televisión por suscripción, un (1) semanario para mantener a la comunidad informada sobre cualquier evento cultural, deportivo, turístico, así como concienciar a la población para la preservación de su identidad y Patrimonio Cultural	1.76	2.00	7.23	40.0	44.0	16.0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia 2013.

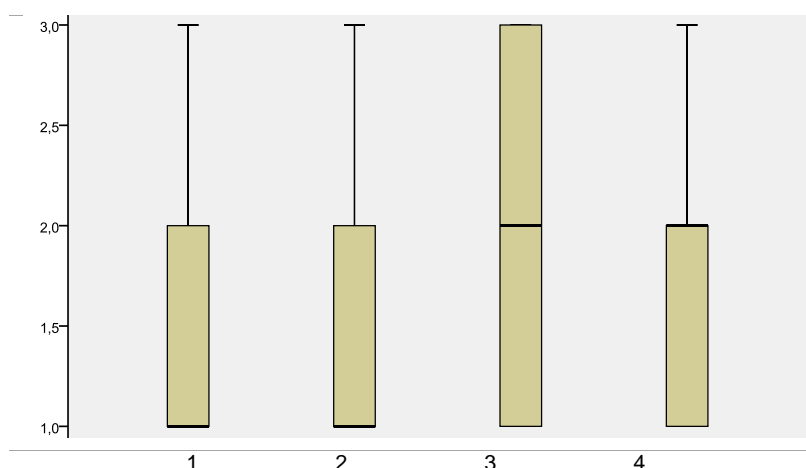


Figura 79. II Parte: Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos.

Fuente: Elaboración propia 2013.

D. Accesibilidad y Transporte, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano.

1. Puerta al Zulia terrestre y marítima desde la zona norte del país.

El 80% de los consultados manifestaron estar “totalmente de acuerdo” con esta afirmación y el resto 20% “bastante de acuerdo”.

2. Terminal de pasajeros con rutas urbanas y extra-urbanas, Terminal lacustre, permanencia de una ruta de transporte público lacustre

Con respecto a estos planteamientos en general, la tendencia se enmarca en estar “bastante de acuerdo” con 52, 44 y 64%, “luego totalmente de acuerdo” con 28, 36 y 32% respectivamente, a pesar de que ningún consultado manifestó estar en desacuerdo, uno opinó estar parcialmente de acuerdo pero “hace falta acondicionar turísticamente el terminar terrestre y controlar los sobrepagos en el costo del pasaje”, otro dijo “las rutas deben establecer y supervisar salida nocturnas en temporadas altas”, “se requiere acondicionar el terminar lacustre con buenas áreas de servicios de aseo personal e información”, otro opino “el transporte público lacustre presenta fallas en su funcionamiento y no es utilizado adecuadamente para favorecer la actividad turística”.

3. La tranquilidad que se percibe y la seguridad tanto ciudadana como de los bienes (siendo uno de los municipio más seguro del estado Zulia), influye positivamente en el desarrollo turístico.

En relación a este ítem las opiniones presentan cierta dispersión a pesar de que la tendencia es de estar de acuerdo, con la mediana correspondiendo al valor 2, bastante de acuerdo, según opinión de uno de los consultado, “en Venezuela la inseguridad es un problema generalizado” (Tabla 50 y Figura 80).

Tabla 50. II Parte: Accesibilidad y Transporte, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano

Afirmación Consultada	Media (X)	Mediana (Me)	Desviación Estándar (s)	Frecuencia Relativa (%)						
				1	2	3	4	5	6	7
1. Posición privilegiada con relación a otros Municipios de la Subregión Costa Oriental del Lago, siendo la Puerta al Zulia terrestre y marítima desde la zona norte del país.	1.20	1.00	.408	80.0	20.0	0	0	0	0	0
2. Terminal de pasajeros con rutas urbanas y extra-urbanas que comunican al municipio Miranda con el estado Zulia y resto del país	1.92	2.00	.702	28.0	52.0	20.0	0	0	0	0
3. Terminal lacustre que facilitan la presencia de visitantes y temporaditas (fines de semana y en temporadas altas).	1.84	2.00	.746	36.0	44.0	20.0	0	0	0	0
4. Existencia/permanencia de una ruta de transporte público lacustre, municipal que conecta directamente Los Puertos de Altigracia con Maracaibo (capital del estado Zulia), lo que fortalece el desplazamiento de visitantes y el turismo.	1.72	2.00	.542	32.0	64.0	4.0	0	0	0	0
5. La tranquilidad que se percibe y la seguridad tanto ciudadana como de los bienes (siendo uno de los municipio más seguro del estado Zulia), influye positivamente en el desarrollo turístico	2.08	2.00	.997	32.0	36.0	28.0	0	4.0	0	0

Fuente: Elaboración propia 2013.

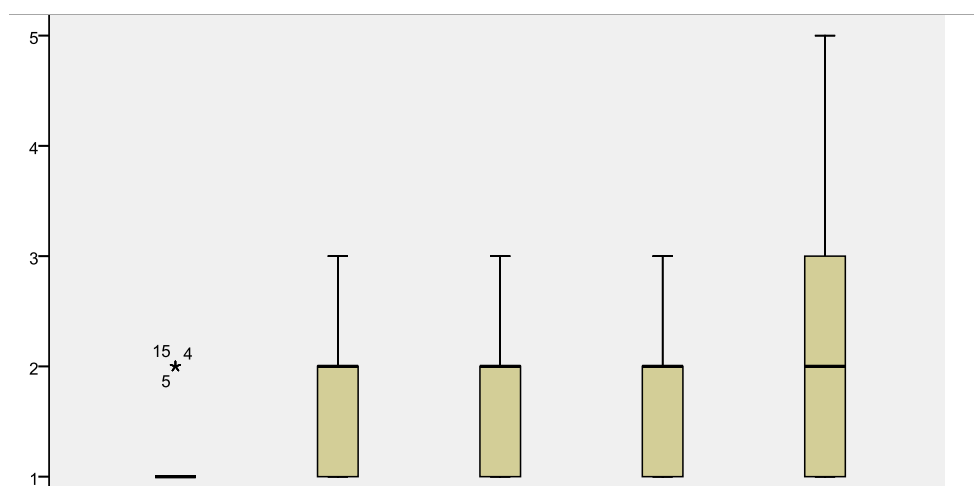


Figura 80. II Parte: Accesibilidad y Transporte, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano

Fuente: Elaboración propia 2013.

6.3.3 III Parte: Estrategias para el desarrollo del turismo sostenible en Los Puertos de Altagracia.

A. Planificación y Gestión Turística.

En relación al grupo de estrategias consultadas sobre la planificación y gestión turística, es evidente que entre los expertos existe acuerdo con los planteamientos realizados con una tendencia a estar “totalmente de acuerdo”.

El mayor acuerdo corresponde al planteamiento referido a: (ítem 3) “estimular/promover la participación de actores y fuentes de financiamiento alternativos público-privadas y sociales”, con 92%. como “totalmente de acuerdo”.

Luego con 88% como “totalmente de acuerdo” los planteamientos: (ítem 4) “implicar a los representantes políticos, técnicos, sociales y empresariales en el diseño de un destino turístico, que tome en cuenta la gestión de los recursos naturales y culturales, aportándoles información directa sobre nuevas tendencias de mercado en materia de turismo cultural y recreativo”; (ítem 5) “promover proyectos y asesoría técnica para el rescate/recuperación de edificaciones con valor patrimonial”; (ítem 6) “crear alianzas con instituciones públicas, privadas y/o ciudadanas apoyadas en la educación para capacitar y concientizar a la población residente y los entes involucrados”; (ítem 7) “sensibilizar y concientizar a la población local y entes privados sobre la importancia del turismo como generador de riqueza”; (ítem 8) “implantar un plan de mercadeo turístico que incluya campañas de concientización y de divulgación del valor del patrimonio cultural”, (ítem 9) “activar planes de marketing para promover al Municipio Miranda como destino turístico”.

Igualmente el 84, 76 y 68% manifestó estar “totalmente de acuerdo” sobre los planteamientos generales siguientes: (ítem 10) “*promover activamente iniciativas público - privado para el diseño de diferentes paquetes o circuitos turísticos*”; (Ítem 2) “*elaborar una plataforma normativa y de planificación estratégica que promueva e incentiven la inversión privada*”; (ítem 1) “*fortalecer la gestión turística de la Alcaldía creando una unidad de gestión/coordiación con visión sistémica-integral que viabilice el rescate y aprovechamiento de los recurso naturales y culturales existentes*” (Tabla 51 y Figura 81).

Tabla 51. III Parte: Planificación y Gestión Turística.

Afirmación Consultada	Media (X)	Mediana (Me)	Desviación Estándar (s)	Frecuencia Relativa (%)						
				1	2	3	4	5	6	7
1. Fortalecer la gestión turística de la Alcaldía creando una unidad de gestión/coordinación con visión sistémica-integral que viabilice el rescate y aprovechamiento de los recursos naturales y culturales existentes para su puesta en valor.	1.36	1.00	.569	68.0	28.0	4.0	0	0	0	0
2. Elaborar una plataforma normativa y de planificación estratégica que promueva e incentiven la inversión privada, para lograr el desarrollo turístico sostenible.	1.32	1.00	.627	76.0	16.0	8.0	0	0	0	0
3. Estimular/promover la participación de actores y fuentes de financiamiento alternativos público-privadas y sociales, para proyectos de conservación y rescate de edificaciones arquitectónicas de carácter patrimonial, tanto pública como privada	1.08	1.00	.277	92.0	8.0	0	0	0	0	0
4. Implicar a los representantes políticos, técnicos, sociales y empresariales en el diseño de un destino turístico, que tome en cuenta la gestión de los recursos naturales y culturales, aportándoles información directa sobre nuevas tendencias de mercado en materia de turismo cultural y recreativo	1.12	1.00	.332	88.0	12.0	0	0	0	0	0
5. Promover proyectos y asesoría técnica para el rescate/recuperación y acondicionamiento de edificaciones con valor patrimonial del casco histórico y frente de agua de Altagracia	1.20	1.00	.645	88.0	8.0	0	4.0	0	0	0
6. Crear alianzas con instituciones públicas, privadas y/o ciudadanas apoyadas en la educación para capacitar y concientizar a la población residente y los entes involucrados en la conservación y preservación de su patrimonio cultural	1.16	1.00	.473	88.0	8.0	4.0	0	0	0	0
7. Sensibilizar y concientizar a la población local y entes privados sobre la importancia del turismo como generador de riqueza en el municipio.	1.12	1.00	.332	88.0	12.0	0	0	0	0	0
8. Implantar un plan de mercadeo turístico que incluya campañas de concientización y de divulgación del valor del patrimonio cultural latente en Los Puertos de Altagracia que acerque la demanda a la oferta	1.12	1.00	.332	88.0	12.0	0	0	0	0	0
9. Activar planes de marketing para promover al Municipio Miranda y su capital Los Puertos de Altagracia como destino turístico	1.12	1.00	.332	88.0	12.0	0	0	0	0	0
10. Promover activamente iniciativas público-privado para el diseño de diferentes paquetes o circuitos turísticos, que integren los recursos naturales y culturales del municipio	1.20	1.00	.500	84.0	12.0	4.0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia 2013.

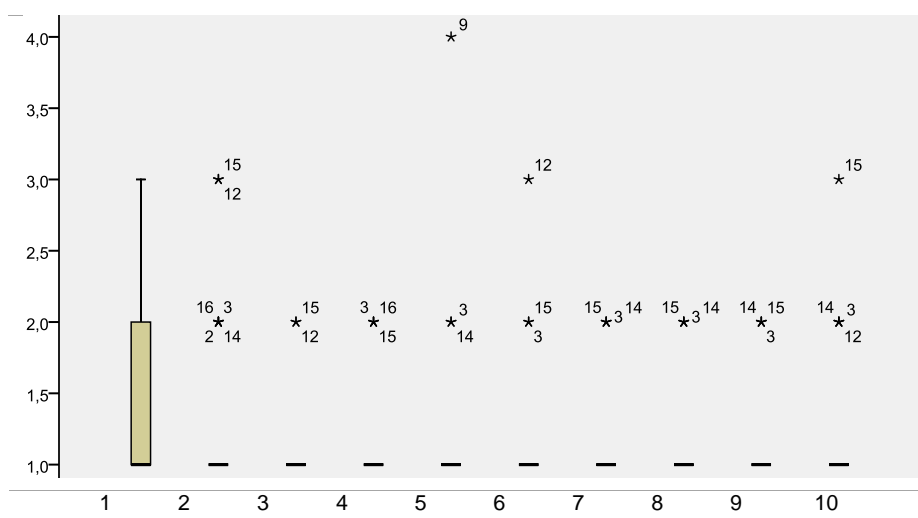


Figura 81. III Parte: Planificación y Gestión Turística

Fuente: Elaboración propia 2013.

B. Oferta (recursos naturales y culturales)

En cuanto al grupo de estrategias consultadas sobre los recursos naturales y culturales como oferta potencial turística, es indiscutible que entre los expertos existe acuerdo con los planteamientos realizados y tienden a estar “totalmente de acuerdo”.

El mayor acuerdo se presenta en relación al planteamiento referido a (ítem 5) “utilizar estratégicamente la participación de la comunidad local como elemento de interpretación del patrimonio cultural, a través de las costumbres y tradiciones de sus habitantes orgullosos de su pasado”, contando con el 96% como “totalmente de acuerdo”.

El 92% de los consultados manifestó estar “totalmente de acuerdo” con los planteamientos estratégicos siguientes: (ítem 1) “optimizar el aprovechamiento del Lago de Maracaibo y costas al mar como potencial turístico, recreativo y deportivo”; (ítem 2) “mejora ambiental de entornos turísticos”.

Un 88% de los expertos manifestó estar “totalmente de acuerdo”: (ítem 3) “poner en valor recursos turísticos de interés naturales y culturales no aprovechados actualmente como la Ciénaga de los Olivitos con una visión sustentable y el casco histórico de Altagracia como una oferta integral al visitante”; (ítem 4) “dinamizar el casco histórico de la ciudad, convirtiéndolo en un espacio vivo, con señalética patrimonial de calidad y de fácil acceso a los principales recursos turístico” (Tabla 52 y Figura 82).

Tabla 52. III Parte: Oferta (recursos naturales y culturales).

Afirmación Consultada	Media (X)	Mediana (Me)	Desviación Estándar (s)	Frecuencia Relativa (%)						
				1	2	3	4	5	6	7
1. Optimizar el aprovechamiento del Lago de Maracaibo y costas al mar como potencial turístico, recreativo y deportivo	1.08	1.00	.282	92.0	8.00	0	0	0	0	0
2. Mejora ambiental de entornos turísticos	1.04	1.00	.204	92.0	8.0	0	0	0	0	0
3. Poner en valor recursos turísticos de interés naturales y culturales no aprovechados actualmente como la Ciénaga de los Olivitos con una visión sustentable y el casco histórico de Altagracia como una oferta integral al visitante	1.17	1.00	.482	88.0	8.0	4.0	0	0	0	0
4. Dinamizar el casco histórico de la ciudad, convirtiéndolo en un espacio vivo, con señalética patrimonial de calidad y de fácil acceso a los principales recursos turístico.	1.13	1.00	.338	88.0	12.0	0	0	0	0	0
5. Utilizar estratégicamente la participación de la comunidad local como elemento de interpretación del patrimonio cultural, a través de las costumbres y tradiciones de sus habitantes orgullosos de su pasado.	1.04	1.00	.204	96.0	4.0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia 2013.

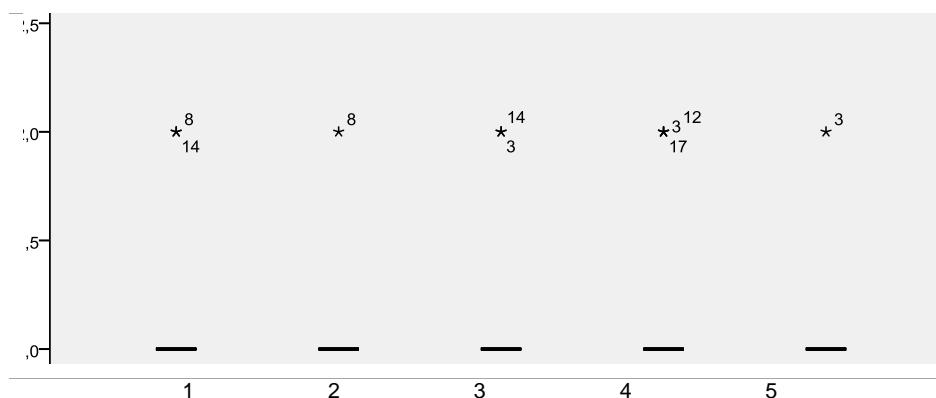


Figura 82. III Parte: Oferta (recursos naturales y culturales)

Fuente: Elaboración propia 2013.

c) Demanda Turística

1. *Aumentar el nivel de satisfacción de los visitantes, mejorando la calidad de la oferta; Potenciar sinergias colaborativas y de cogestión entre los agentes implicados en el desarrollo de la actividad turística local, entre los empresarios, la comunidad y la Alcaldía, para potenciar la presencia de visitantes al municipio dada la alta demanda del producto gastronómico altamente valorado y de segmento sol y playa.*

Con respecto a estos planteamientos en general referidos a la demanda turística real y potencial, la opinión del 76% de los expertos está “totalmente de acuerdo” con ambas propuestas.

Para el grupo de estrategias consultadas referidas a la demanda turística real y potencial, es innegable que entre los expertos existe acuerdo con los planteamientos realizados con una clara tendencia a estar “totalmente de acuerdo”.

En relación a la consulta de apoyar nuevos segmento de demanda emergente la aceptación de los expertos fue de estar “totalmente de acuerdo”, con el mayor porcentaje según el orden siguiente:

Turismo cultural, patrimonial e histórico, turismo de naturaleza y observación de aves, con el 100% como totalmente de acuerdo.

Turismo de eventos y ferias con el 92%, turismo religioso y turismo de esparcimiento con 88 y 80%; Agroturismo con 72%, turismo deportivo 68% (Tabla 53 y Figura 83).

Tabla 53. III Parte: Demanda Turística

Afirmación Consultada	Media (X)	Mediana (Me)	Desviación Estándar (s)	Frecuencia Relativa (%)						
				1	2	3	4	5	6	7
1. Aumentar el nivel de satisfacción de los visitantes que manifiestan regresar, mejorando la calidad de la oferta, llenando de nuevos contenidos sus espacios y aptándolos de las nuevas tendencias de la demanda	1.36	1.00	.757	76.0	16.0	4.0	4.0	0	0	0
2. Potenciar sinergias colaborativas y de cogestión entre los agentes implicados en el desarrollo de la actividad turística local (empresarios, comunidad y Alcaldía), para potenciar la presencia de visitantes al municipio dada la alta demanda del producto gastronómico altamente valorado y de segmento sol y playa	1.28	1.00	.542	76.0	20.0	4.0	0	0	0	0
3. Apoyar nuevos segmento de demanda emergente como: (puntee según su criterio)	1.28	1.00	.542	0	0	0	0	0	0	0
a- Turismo religioso	1.16	1.00	.473	88.0	8.0	4.0	0	0	0	0
b- Turismo deportivo	1.48	1.00	.918	68.0	24.0	4.0	0	4.0	0	0
c- Turismo de esparcimiento	1.24	1.00	.523	80.0	16.0	4.0	0	0	0	0
d- Turismo cultural, patrimonial e histórico				100						
e- Turismo de eventos y ferias	1.24	1.00	.831	92.0	0	0	8.0	0	0	0
f- Turismo de naturaleza y observación de aves				100						
g- Agroturismo	1.40	1.00	.764	72.0	20.0	4.0	4.0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia 2013.

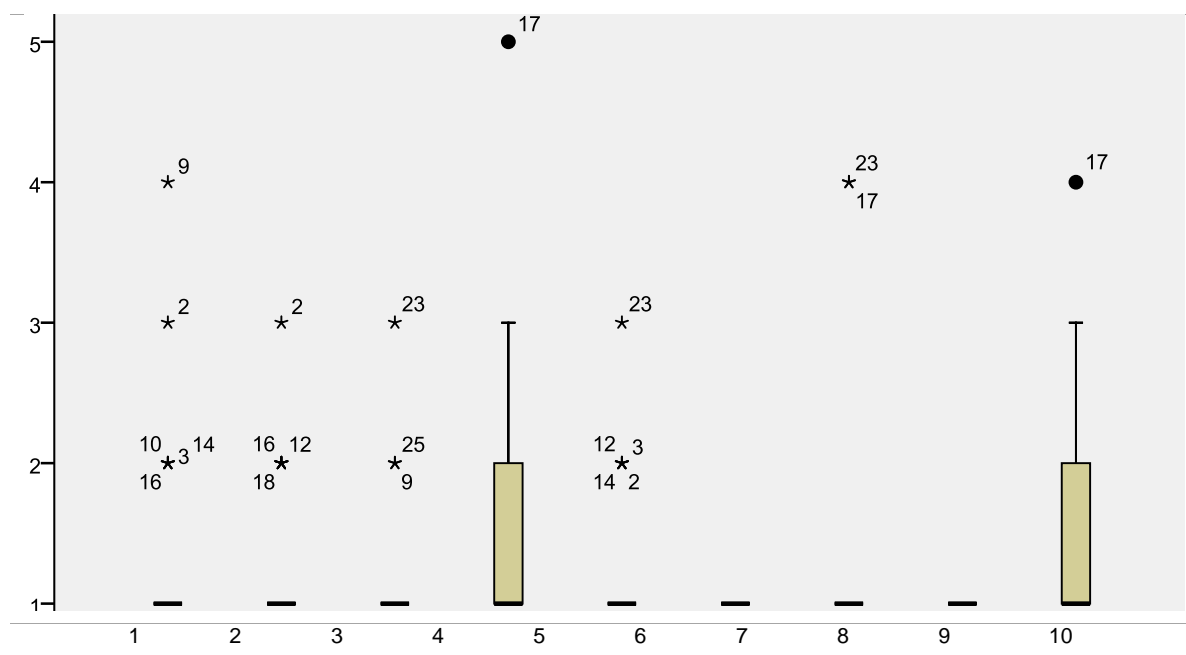


Figura 83. III Parte: Demanda Turística

Fuente: Elaboración propia 2013

C. Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos

En relación a los planteamientos referidos a las facilidades turística y los servicios turísticos como: (ítem 1) referido a “la construcción de hoteles categorizado y posadas turísticas”; (ítem 2) “promover alianzas estratégicas pluriactorales dirigidas a la promoción de proyectos de mejora y ampliación de la oferta de facilidades”; (ítem 3) crear una red de servicios básicos de atención al visitante; (ítem 4) “propiciar convenios de formación e inducción hacia la actividad turística del capital humano para mejorar la atención al cliente”. Los expertos consultados mantuvieron una opinión similar para los cuatro (4) ítems consultados con una tendencia a estar 88% “totalmente de acuerdo” (Tabla 54 y Figura 84).

Tabla 54. III Parte: Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos

Afirmación Consultada	Media (X)	Mediana (Me)	Desviación Estándar (s)	Frecuencia Relativa (%)						
				1	2	3	4	5	6	7
1. Se requiere la construcción de hoteles categorizados y posadas turísticas, para dar impulso al desarrollo turístico y generar crecimiento-mejor calidad de vida en el destino.	1.16	1.00	.473	88.0	8.0	4.0	0	0	0	0
2. Promover alianzas estratégicas pluriactorales dirigidas a la promoción de proyectos que mejoren y amplíen la oferta de facilidades y equipamiento urbano que potencien las condiciones espaciales y de servicios del casco histórico y frente de agua.	1.12	1.00	.332	88.0	12.0	0	0	0	0	0
3. Crear una red de servicios básicos de atención al visitante (señalización, información turística) localizados en los sitios estratégicos como museos y edificios patrimoniales,	1.12	1.00	.332	88.0	12.0	0	0	0	0	0
4. Propiciar convenios de formación e inducción hacia la actividad turística del capital humano tanto de los prestadores de servicios turísticos, los taxistas, guías turísticos, marinos, entre otros para mejorar la atención al cliente.	1.16	1.00	.332	88.0	12.0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia 2013.

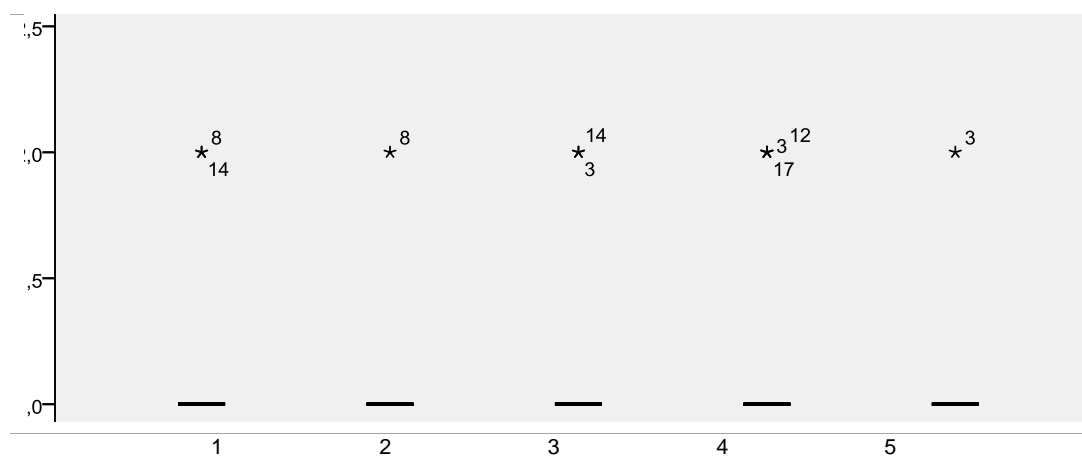


Figura 84. III Parte: Oferta (recursos naturales y culturales)

Fuente: Elaboración propia 2013.

D. Accesibilidad y transporte, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano.

En cuanto al grupo de estrategias consultadas sobre la accesibilidad y transporte, infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano, es indiscutible que entre los expertos existe acuerdo con los planteamientos realizados con una tendencia a estar “totalmente de acuerdo”.

La evaluación por los expertos para los planteamiento correspondiente a los (ítem 1 y 2), referido a: “promover el desarrollo y ejecución de proyectos para el acondicionamiento de la vialidad y señalización vial y turística del municipio”; “optimización la calidad de los servicios en el terminal lacustre para mejorar la accesibilidad directa con otros municipios del estado Zulia e Islas cercanas”, es de estar “totalmente de acuerdo” con 96% cada uno.

Por su parte para los planteamientos (ítem 3) “ampliación y acondicionamiento en las instalaciones del terminal de pasajeros y mejoras en la calidad del servicio”; (ítem 4) “dotar de servicios públicos y equipamiento como mobiliario urbano adecuado, en las principales áreas de los espacios turísticos tanto naturales como culturales”, ambas afirmaciones tiene una aceptación de 84 y 92% “totalmente de acuerdo” respectivamente.

De igual forma las estrategias correspondiente con los ítem: (ítem 5) “mejorar la imagen urbana del casco histórico de Altagracia, con la sustitución del sistema de cableados externos e luminarias”; (ítem 6) “acondicionamiento de aceras para el peatón que faciliten la accesibilidad y ampliación de la colocación de adoquines en las calles para reforzar un ambiente histórico colonial”; (ítem 7) “instalar áreas de apoyo como servicios de aseo personal en las playas del municipio, adaptándolos a la demanda social y turística” con aceptación de 88, 76 y 88% respectivamente (Tabla 55 y Figura 85).

Tabla 55. III Parte: Accesibilidad y Transporte, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano

Afirmación Consultada	Media (X)	Mediana (Me)	Desviación Estándar (s)	Frecuencia Relativa (%)						
				1	2	3	4	5	6	7
1. Promover el desarrollo y ejecución de proyectos para el acondicionamiento de la vialidad y señalización vial y turística del municipio	1.04	1.00	.200	96.0	4.0	0	0	0	0	0
2. Optimización la calidad de los servicios en el terminal lacustre para mejorar la accesibilidad directa con otros municipios del estado Zulia e Islas cercanas.	1.04	1.00	.200	95.0	4.0	0	0	0	0	0
3. Ampliación y acondicionamiento en las instalaciones del terminal de pasajeros de Los Puertos como punto receptor del transporte público terrestre y mejoras en la calidad del servicio prestado para el desarrollo del turismo	1.16	1.00	.374	84.0	16.0	0	0	0	0	0
4. Dotar de servicios públicos y equipamiento como mobiliario urbano adecuado, en las principales áreas de los espacios turísticos tanto naturales como culturales	1.08	1.00	.277	92.0	8.0	0	0	0	0	0
5. Mejorar la imagen urbana del casco histórico de Altagracia, con la sustitución del sistema de cableados externos e luminarias, colocando unos acorde al espacio urbanístico.	1.16	1.00	.473	88.0	8.0	4.0	0	0	0	0
6. Acondicionamiento de aceras para el peatón que faciliten la accesibilidad y ampliación de la colocación de adoquines en las calles para reforzar un ambiente histórico colonial.	1.32	1.00	.627	76.0	16.0	8.0	0	0	0	0
7. Instalar áreas de apoyo como servicios de aseo personal en las playas del municipio, adaptándolos a la demanda social y turística	1.12	1.00	.332	88.0	12.0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia 2013.

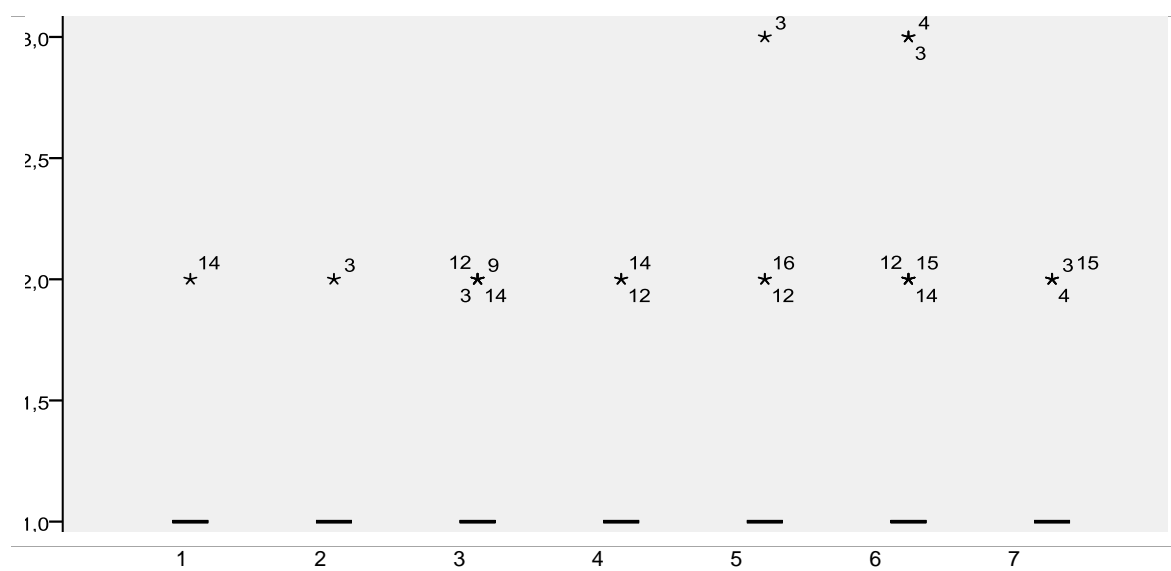


Figura 85. III Parte: Accesibilidad y Transporte, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano

Fuente: Elaboración propia 2013

E. Otros enunciados propuesto por los expertos después de la 1era circulación

Los planteamientos adicionales consultados son producto del espacio abierto dejado para cada grupo de ítems evaluados en el cuestionario de la 1era circulación para que los expertos tuvieran la oportunidad de agregar otros aspectos que consideraran oportunos formularlos dentro de cualquiera de las partes del instrumento de la primera circulación, y posteriormente ser sometidos a consulta a través de un cuestionario que se denominó “otros” para una segunda circulación.

Los mismos en general presentaron según la evaluación por los expertos una tendencia alta que van desde “totalmente de acuerdo”, “bastante de acuerdo” y “parcialmente de acuerdo”.

Algunos ítems (3, 12) de los propuestos como otros por los expertos referidos a: “alianzas estratégicas internacionales” y “se requiere mucha inversión para el desarrollo del turismo local dada la insuficiencia de servicios, alojamiento y baja calidad en la vialidad”, presentaron una tendencia a la dispersión; sin embargo, la media se ubicó en el “3”; es decir, una tendencia hacia el acuerdo (Tabla 56).

Tabla 56. III Parte: Otros. Planteamientos abiertos de la 1era circulación.

Afirmación Consultada	Media (X)	Mediana (Me)	Desviación Estándar (s)	Frecuencia Relativa (%)						
				1	2	3	4	5	6	7
1. Falta de diseño de una política que desarrolle planes de turismo macro que englobe los tres (3) niveles de gobierno que cohesionen los esfuerzos de manera que sea más aprovechable los recursos	1.32	1.00	.627	76.0	16.0	8.0	0	0	0	0
2. Asignación presupuestaria local por año fiscal para el rescate del patrimonio cultural y promoción del turismo	1.08	1.00	.277	92.0	8.0	0	0	0	0	0
3. Alianzas estratégicas internacionales	3.08	3.00	1.816	24.0	24.0	20.0	12.0	4.0	12.0	4.0
4. Establecer alianzas con Municipios aledaño para promover atractivos turísticos en conjunto (Ej. Zapara, Olivitos), ampliando vías de acceso al mercado lacustre.	1.16	1.00	.473	88.0	8.0	4.0	0	0	0	0
5. Ausencia de Proyectos de Investigación en el área turística	2.16	2.00	1.599	36.0	44.0	12.0	0	0	0	8.0
6. Universidades desvinculadas de la realidad Cultural del Municipio, para impulsar proyectos e investigaciones en estas áreas.	2.16	2.00	1.599	36.0	44.0	12.0	0	0	0	8.0
7. Los proyectos e innovaciones presentados ante el observatorio Nacional de Ciencia y Tecnología (con financiamiento de los entes públicos) (LOTCTI) deben incluir el sector turístico	1.32	1.00	.627	76.0	16.0	8.0	0	0	0	0
8. Ausencia de ofertas de planes de crédito por parte del municipio a los propietarios de las viviendas calificadas con valor histórico en el casco central para su conservación.	1.40	1.00	.764	72.0	20.0	4.0	4.0	0	0	0
9. Se requiere una ordenanza de turismo en concordancia con el plan de la nación puede contribuir al desarrollo del turismo local.	1.04	1.00	.200	96.0	4.0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia 2013.

Tabla 56. III Parte: Otros. Planteamientos abiertos de la 1era circulación (continuación)

Afirmación Consultada	Media (X)	Mediana (Me)	Desviación Estándar (s)	Frecuencia Relativa (%)						
				1	2	3	4	5	6	7
10. Inexistencia de un diagnóstico para evaluar los recursos naturales como recursos turísticos	2.20	2.00	1.581	44.0	24.0	20.0	4.0	0	4.0	4.0
11. No existe una infraestructura turística que impulse el desarrollo turístico.	2.28	2.00	1.720	48.0	20.0	24.0	4.0	0	4.0	0
12. Se requiere mucha inversión para el desarrollo del turismo local dada la insuficiencia de servicios, alojamiento y baja calidad en la vialidad.	3.08	3.00	1.816	24.0	24.0	20.0	12.0	4.0	12.0	4.0
13. Sin Promoción de valores para fortalecer procesos de identidad en los habitantes de cada parroquia.	1.96	1.00	1.306	52.0	24.0	8.0	8.0	8.0	0	0
14. Ausencia de políticas de comunicación e Información y plataformas tecnológicas Municipal (Redes Internet), para promoción de valores culturales y turísticos	1.40	1.00	.764	72.0	20.0	4.0	4.0	0	0	0
15. Escasas instituciones de formación en las artes, y falta de liderazgo cultural en el Municipio.	1.48	1.00	.918	68.0	24.0	4.0	0	4.0	0	0
16. Promover en las comunidades campañas de concienciación sobre la importancia del turismo para el municipio como fuente de empleo y desarrollo local.	1.04	1.00	.200	96.0	4.0	0	0	0	0	0
17. Falta de orientación de las empresas de servicio turístico locales para dirigir efectivamente sus inversiones (restaurantes, posadas, entre otros)	1.80	1.00	1.472	60.0	12.0	16.0	12.0	0	0	0
18. Los proyectos e instalaciones turísticas deben ser manejados y administrados por el sector privado y la comunidad.	1.04	1.00	.200	96.0	4.0	0	0	0	0	0
19. Promover eventos artísticos fines de semanas para atraer turistas aprovechando las aptitudes y potencialidades locales en las artes	1.08	1.00	.277	92.0	8.0	0	0	0	0	0
20. Construcción de cabañas apropiadas donde pernotar los visitantes en las playas.	1.04	1.00	.200	96.0	4.0	0	0	0	0	0
21. Alianzas con pescadores y chalaneros organizados como medio de transporte para los visitantes.	1.04	1.00	.200	96.0	4.0	0	0	0	0	0
22. Educar y sensibilizar al estudiantado desde la educación básica sobre la apropiación del patrimonio natural-cultural y la importancia del turismo para el Municipio.				100						
23. Incentivar a los consejos comunales para desarrollar proyectos turísticos adecuados a las potencialidades de las comunidades dados los ingresos que manejan.	1.80	1.00	1.472	60.0	12.0	16.0	12.0	0	0	0
24. Establecer redes estratégicas para guías y promotores turísticos en todas las parroquias del municipio con apoyo de Centros e instituciones y/o fundaciones de formación de talentos	1.04	1.00	.200	96.0	4.0	0	0	0	0	0
25. Promover imagen del Municipio y sus potencialidades que permitan captar preferencias hacia el destino como "EXPOMIRANDA" o la Feria Internacional de Turismo: "FITVEN"	1.04	1.00	.200	96.0	4.0	0	0	0	0	0
26. Fortalecer los museos (mejor calidad de infraestructura y servicios)				100						
27. Promover horarios flexibles de Estaciones de reabastecimiento y servicio vehicular (talleres, caucheras, grúas entre otros)	1.48	1.00	.653	60.0	32.0	8.0	0	0	0	0
28. Promover creación de microempresas en las viviendas del frente de agua (Boulevard), para ofrecer servicios de comida, dulces, artesanía, entre otros,	1.32	1.00	.627	52.0	24.0	8.0	8.0	8.0	0	0
29. Falta de un modelo de organización de las acciones de conservación preventiva que se realiza en el casco central	1.04	1.00	.200	96.0	4.0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia 2013.

6.3.4 IV Parte: Potencial Turístico de los Recursos

A. Potencial Turístico de los Recursos Naturales

En cuanto a la valoración a los recursos naturales los expertos manifestaron como recursos con potencial alto nivel (5) “internacional” para la actividad turística a los recursos siguientes: Ciénaga Los Olivitos con 88%, Lago de Maracaibo 72%, con una tendencia de potencial internacional el clima con 44%; sin embargo, la media se mantiene en nivel de potencial medio “nacional” con 36%.

Por otro lado con una media de valor potencial “medio” (4 nacional), se ubican: área de manglares (Buque) 56%, Playas de Quisiro y Punta Vigía (Tabla 57 y Figura 86).

Tabla 57. IV Parte: Potencial Turístico de los Recursos Naturales

Recursos Naturales	Media (X)	Mediana (Me)	Desviación Estándar (s)	Frecuencia Relativa (%)				
				1	2	3	4	5
1. Lago de Maracaibo	4.65	5.00	.573	0	0	4.0	24.0	72.0
2. Clima	4.04	4.00	1.147	4.0	8.0	8.0	36.0	44.0
3. Área de Manglares (Buque)	4.35	4.00	.573	0	0	4.0	56.0	36.0
4. Ciénaga Los Olivitos	4.87	5.00	.344	0	0	0	12.0	88.0
5. Playas de Quisiro	4.00	4.00	1.128	4.0	4.0	24.0	28.0	40.0
6. Playa Punta Vigía	3.87	4.00	.968	0	8.0	24.0	36.0	28.0

Fuente: Elaboración propia 2013.

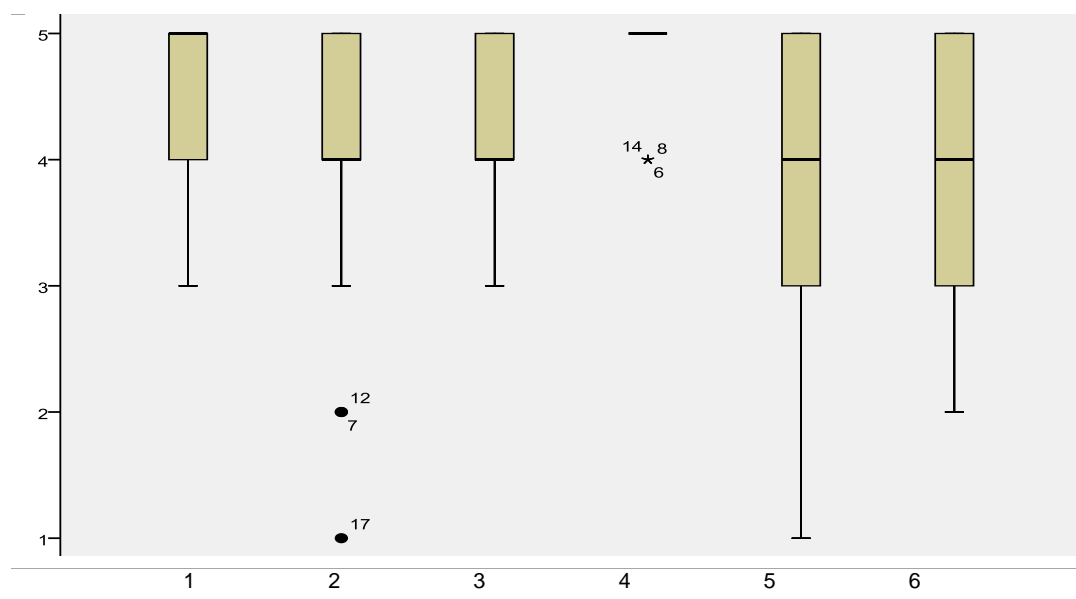


Figura 86. IV Parte: Potencial Turístico de los Recursos Naturales

Fuente: Elaboración propia 2013.

B. Potencial Turístico de los Recursos Culturales Tangibles

En relación a los recursos culturales tangibles catalogados como patrimonio cultural según el I Censo patrimonial del Instituto de Patrimonio Cultural (IPC 2006), los expertos valoraron con nivel potencial alto, según la mediana (5) “internacional” los siguientes recursos: *Sector urbano Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia con el 72%, Museo Centro Histórico de Altagracia con el 64%, Casa Museo Gabriel Bracho e Iglesia “Nuestra Señora de Altagracia”*; por otro lado con un 56% cada uno, con el nivel de potencial “medio” según la mediana (4) “nacional”, los recursos: *Bulevar costanero Padilla, Plaza Miranda, Plaza Bolívar, Museo del Hombre, Casa la Mansión de los Lobos y Plaza Ana María Campos, a pesar de que algunos tiene la valoración por algunos experto como nivel regional local o sin potencial turístico* (Tabla 58 y Figura 87).

Tabla 58. IV Parte: Potencial Turístico de los Recursos Culturales Tangibles.

Recursos Culturales Tangibles	Media (X)	Mediana (Me)	Desviación Estándar (s)	Frecuencia Relativa (%)				
				1	2	3	4	5
1. Iglesia “Nuestra Señora de Altagracia”	4.46	5.00	.658	0	0	8.0	36.0	56.0
2. Plaza Bolívar	3.79	4.00	.932	4.0	0	28.0	44.0	24.0
3. Plaza Miranda	4.00	4.00	.834	0	4.0	20.0	44.0	32.0
4. Plaza Ana María Campos	3.67	4.00	.917	4.0	0	36.0	44.0	16.0
5. Museo Centro Histórico de Altagracia	4.54	5.00	.658	0	0	8.0	28.0	64.0
6. Museo del Hombre	4.08	4.00	.717	4.0	0	20.0	48.0	28.0
7. Casa Museo Gabriel Bracho	4.50	5.00	.590	0	0	4.0	40.0	56.0
8. Casa la Mansión de los Lobos	3.63	4.00	1.096	8.0	4.0	20.0	48.0	16.0
9. Bulevar costanero Padilla	4.25	4.00	.737	0	0	16.0	40.0	44.0
10. Sector urbano Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia	4.63	5.00	.647	0	0	8.0	20.0	72.0

Fuente: Elaboración propia 2013.

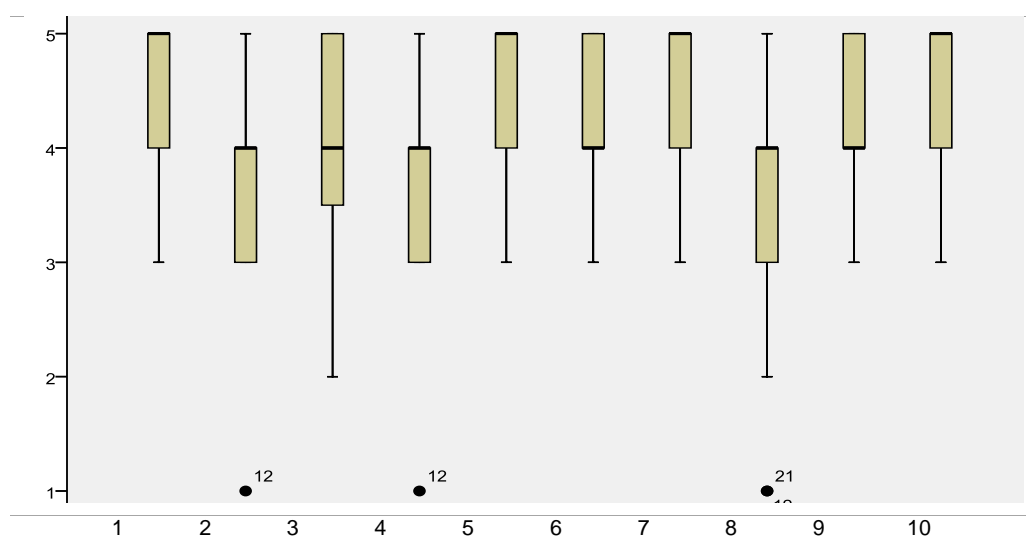


Figura 87. IV Parte: Potencial Turístico de los Recursos Culturales Tangibles

Fuente: Elaboración propia 2013

C. Potencial Turístico de los Recursos Culturales Intangibles

En concordancia a los recursos culturales intangibles catalogados como patrimonio cultural según el I Censo patrimonial del Instituto de Patrimonio Cultural (IPC 2004), los expertos valoraron con nivel potencial “alto” según la mediana (5) “internacional” solamente la “Gastronomía tradicional a base de pescado, comida en coco. Variedad de dulces postres” con una tendencia del 52%, el segundo recurso intangible “Devoción a la Virgen de Atagracia”, se ubicó con una puntuación de 48% de los expertos consultados con un potencial “alto (5) internacional” y con 36% potencial “medio (4) nacional”; sin embargo, el valor de la mediana es de (4) potencial “medio nacional” (Tabla 59 y Figura 88).

Tabla 59. IV Parte: Potencial Turístico de los Recursos Culturales Intangibles.

Recursos Culturales Intangibles	Media (X)	Mediana (Me)	Desviación Estándar (s)	Frecuencia Relativa (%)				
				1	2	3	4	5
1. Devoción a la Virgen de Atagracia	4.32	4.00	.748	0	0	16.0	36.0	48.0
2. Fiestas en honor a San Benito	4.08	4.00	.759	0	0	24.0	44.0	32.0
3. Paseo de la Virgen de Atagracia por el lago	4.32	4.00	.690	0	0	12.0	44.0	44.0
4. La Vuelta al Terruño y Feria popular	4.24	4.00	.597	0	0	8.0	60.0	32.0
5. Celebración de la Semana Santa	4.00	4.00	.866	0	8.0	12.0	52.0	28.0
6. Vía Crucis viviente	3.92	4.00	.862	0	8.0	16.0	52.0	24.0
7. Gastronomía tradicional a base de pescado, comida en coco, variedad de dulces y postres.	4.44	5.00	.651	0	0	8.0	40.0	52.0
8. Juegos jocosos sector El Calvario	3.72	4.00	.891	0	8.0	32.0	40.0	20.0
9. Trato y hospitalidad de la gente	3.88	4.00	.833	4.0	0	16.0	64.0	16.0
10. Modo de hablar del lugareño	3.72	4.00	.891	4.0	0	32.0	48.0	16.0
11. Encuentro tradicional de decimistas	4.04	4.00	.889	0	8.0	12.0	48.0	32.0
12. Encuentro regional de Chimbangles	4.08	4.00	.759	0	4.0	12.0	56.0	28.0
13. Peleas de gallo	3.04	3.00	.889	4.0	20.0	48.0	24.0	4.0

Fuente: Elaboración propia 2013.

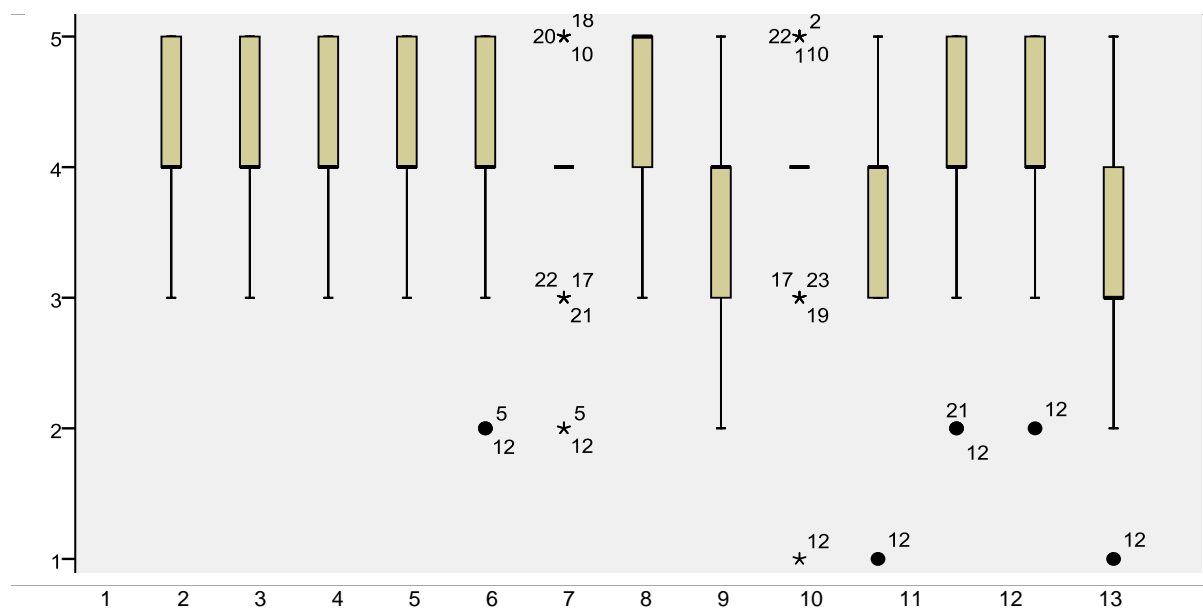


Figura 88. IV Parte: Potencial Turístico de los Recursos Culturales Intangible.

Fuente: Elaboración propia 2013.

El resto de los recursos que poseen una mediana de cuatro (4) potencial “medio nacional”, corresponde con: Paseo de la Virgen de Altagracia por el Lago de Maracaibo, La Vuelta al Terruño y Feria popular, Encuentro tradicional de decimistas, Encuentro regional de Chimbangles, Fiestas en honor a San Benito, Celebración de la Semana Santa, Trato y hospitalidad de la gente, Vía Crucis viviente, Juegos jocosos sector El Calvario, modo de hablar del lugareño, y por último con un valor de potencial para un “nivel bajo estatal” las Peleas de gallo

CAPITULO 7

CONCLUSIONES: POTENCIALIDADES Y ESTRATEGIAS

Puesta en Valor Turístico del Frente de Agua y Casco Histórico

En este Capítulo correspondiente con la quinta y última fase de la investigación se presentan a manera de síntesis las diferentes conclusiones finales sobre las potencialidades y estrategias arrojadas por el estudio, conforme a los objetivos planteados para lograr el objetivo general propuesto.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación sobre el estudio para identificar las Potencialidades y Estrategias para la Puesta en Valor Turístico del Frente de Agua y Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia en el contexto de la investigación teórica documental y empírica realizada a través de los distintos instrumentos aplicados a las diferentes unidades de análisis en los capítulos precedentes dando respuesta a los diferentes objetivos específicos investigados y resumidos a continuación:

7.1 Caracterizar el ámbito de estudio

En cuanto a su localización y según las variables medio ambiental y físico-espacial del casco histórico y frente de agua, se concluye en lo siguiente:

- El frente de agua y casco histórico de la ciudad de Los Puertos de Altagracia capital del Municipio Miranda ubicado en la parte norte de la Costa Oriental del Lago (COL) del Estado Zulia, se caracteriza por ser un espacio geográfico continuo con recursos patrimoniales naturales histórico culturales con potencial para la puesta en valor y desarrollo turístico sostenible.
- La ubicación del pueblo Altagraciano es estratégico como Puerta al Estado Zulia, por el acceso directo al Lago de Maracaibo, un recurso natural con mucha potencialidad para desarrollar actividades turísticas y recreacionales, el cual sirve de elemento vinculante vía lacustre como históricamente ha sucedido desde la antigua fundación de la capital del Estado Zulia, Maracaibo; de igual forma con la relación directa al Golfo de Venezuela y por ende una potencial vinculación a futuro de rutas al Caribe. Asimismo, posee conectividad con los municipios del estado Zulia y estados como Falcón y Lara.
- El frente de agua costero volcado hacia el Lago de Maracaibo le aporta un gran valor paisajístico por la cantidad de vegetación que filtran las visuales especialmente palmeras que bordea la riveras, los fértiles suelos, el clima

cálido que mantienen un temperatura promedio de 28° C y sol aproximadamente durante casi todo el año, la presencia de ciénagas y manglares especialmente la Ciénaga “Los Olivitos” elementos estos muy frágiles pero pueden integrarse midiendo y preservando el ecosistema con una visión sostenible dada la presencia de variedad de aves entre ellas el Flamingo. Potencialmente generan paisajes interesantes para actividades científicas - contemplativas, recreativas, entre otras

- El equipamiento urbano de Los Puertos es deficitario en cuanto a que presenta las instalaciones básicas de alimentación y bebida, salud, recreación, en buenas condiciones, requiriendo mejorar los relativos al alojamiento, factor que limitan un desarrollo turístico.
- Si bien los servicios son evaluados tanto por los residentes como los visitantes en general como buenos sobre todo los referentes al gas doméstico, recolección de basura, aguas residuales, seguridad, y regular el servicio eléctrico electricidad, y cumple sus funciones satisfactoriamente, no es menos cierto que el servicio de abastecimiento de agua es insuficiente por la racionalidad del suministro a nivel nacional, en cuanto al sistema de aguas residuales las mismas son recolectadas y canalizadas en la población, pero se requiere el buen funcionamiento de las plantas de tratamiento ya que estas son vertidas por medio de estas al Lago de Maracaibo.

7.2 Superestructura turística

En cuanto a los elementos de la superestructura turística que dirigen y regulan las actuaciones para preservar el Patrimonio Cultural.

- Se pudo constatar que a través del estudio del entramado legal vigente, planes y la red de actores a nivel Nacional y Estatal y Municipal, todas parten de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV 1999: 183), que señala en el Artículo 310: *“turismo como una actividad económica de interés nacional prioritario para el desarrollo del país, en su estrategia de diversificación y desarrollo sostenible”*, donde el “Estado dictará las medidas que garanticen su desarrollo. El estado velará por la creación y fortalecimiento del Sistema Turístico Nacional”, para lo cual se han ido desarrollando una serie de leyes y reglamentos que regulan ciertas actividades y otras que actualizan las diferentes materia de relevancia para desarrollar el turismo, lo cual constituye una plataforma de marco legal para

promover e incentivar a los diferentes autores a poner en práctica la constitución y leyes de la República.

Existe un claro entramado legal, instrumentos normativos, leyes, reglamentos y ordenanzas que son de relevancia para el desarrollo turístico entre ellas la reciente Ley Orgánica de Turismo (2012), que señala en su Artículo 1: “desarrollar, promover, organizar y regular la actividad turística y Sistema Turístico Nacional, como factores estratégicos para el desarrollo socio-productivo y sustentable del país, haciendo especial énfasis en el turismo como sector de inclusión social” (LOT 2012: 3); así como la Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural (IPC), Los cuales delimitan las funciones en los procesos de restauración y revitalización de los bienes deben cumplir con las normas y reglamentos establecidos por el IPC. Y que según la ratificación por los expertos es fundamental elaborar una plataforma normativa y de planificación estratégica que promueva la inversión privada, para lograr el desarrollo turístico sostenible de Los Puertos de Altagracia.

- A pesar de la existencia en esta localidad de la declaratoria como “Sitio de Valor Histórico Nacional” del año 1981 por parte de la Junta Nacional de Protección y Conservación del Patrimonio Histórico y Artístico para proteger el espacio urbano del casco histórico y frente de agua e igualmente ratificado por Decreto de la Municipalidad en el año de 1999, y de que según la opinión de los expertos actualmente el turismo es una actividad de poca trascendencia económica y se requiere una voluntad política por los distintos niveles de gobierno para el desarrollo del turismo, se requiere según la consulta la creación de un ente gestor con una visión sistémica-integral que viabilice, el aprovechamiento de los recursos patrimoniales naturales y culturales existentes y la concienciación de la comunidad, que garanticen la continuidad de la misma en busca de la sostenibilidad.

Este entablado legal permite establecer las bases para que el turismo sea una importante fuente de desarrollo sostenible y por ende de contribución al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades, con una visión sostenida, que conlleva la conservación del patrimonio natural y cultural.

7.3 Oferta Turística (Recursos Patrimoniales)

En relación al tercer objetivo específico investigado referido a “identificar la oferta potencial y los principales recursos patrimoniales y turísticos, con que cuenta el casco histórico y frente de agua de Los Puertos de Altagracia, para la puesta en valor turística”.

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

De los **Recursos Naturales** el Lago de Maracaibo es un recurso natural que demarca a “la ciudad puerto” de la Parroquia de Altagracia, siendo un componente fundamental para la puesta en valor turística, no solo por lo que representa como elemento conector con la costa, sino también por la calidad visual que le aporta a la fachada del casco histórico y frente de agua de la capital, ya que entre las calles y casa del tranquilo e histórico pueblo, se generan hermosas perspectivas hacia el gran reservorio de agua dulce, no menos pintorescas son las vista que desde el mismo Lago se tienen hacia la población, sobre todo porque la ciudad de Altagracia no tiene edificaciones en altura, solamente la Iglesia que se levanta en medio de los techados de las tradicionales casas llenas de historia y tradiciones del pasado. En cuanto a la valoración de este principal recurso natural los expertos lo evaluaron un con potencial alto “internacional” para la actividad turística.

Otro recurso evaluado por la opinión de los expertos con un nivel internacional es la “Ciénaga Los Olivitos” que si bien no está ubicada propiamente en la parroquia Altagracia está a menos de treinta (30) minutos del centro urbano de Los Puertos, permitiendo la posibilidad de establecer circuitos turísticos para la contemplación y recreación de la naturaleza. Planteamiento que se sustenta tomando como referencia la evaluación de los expertos sugieren con un potencial del 100% para el turismo específico de la “contemplación de la naturaleza y la observación de aves”, así como la estrategia evaluada con el 88% totalmente de acuerdo “poner en valor recursos turísticos de interés naturales y culturales no aprovechados actualmente como la Ciénaga de los Olivitos con una visión sustentable y el casco histórico de Altagracia como una oferta integral al visitante”.

El resto de los recursos consultados presentaron una media en la tendencia al turismo con un potencial de escala nacional referidos al clima, área de manglares (Buque), Playas de Quisiro y Punta Vigía entre otras. Playas que igualmente fueron valoradas por los turistas como el mayor atractivo y motivo del viaje según la temporada de la medición. Siendo los recursos naturales existentes un complemento al potencial histórico, como potenciales para el desarrollo de actividades recreativas que impliquen el contacto con el espacio natural.

Recursos Culturales dentro de los recurso **tangibles** presentes para la puesta en valor como oferta destaca por su potencial predominantemente cultural dado sus condiciones de sitio de valor histórico y características arquitectónicas con gran diversidad de bienes tangibles cuyo estado de conservación es entre bueno y regular catalogados como patrimonio cultural según el I Censo patrimonial del

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Instituto de Patrimonio Cultural (IPC 2006), los expertos valoraron con nivel potencial alto “internacional” los recursos: “Sector urbano Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia”, “Museo Centro Histórico de Altagracia”, “Casa Museo Gabriel Bracho” e “Iglesia Nuestra Señora de Altagracia”; recientemente acondicionada, y que igualmente la comunidad residente valora como elemento de identidad.

Por otro lado, con el nivel de potencial “medio nacional”, los recursos: Bulevar costanero Padilla, Plaza Miranda, Plaza Bolívar, Museo del Hombre (deteriorado actualmente), Casa la Mansión de los Lobos y Plaza Ana María Campos, a pesar de que algunos tiene la valoración por algunos experto como nivel regional local o sin potencial turístico. Es importante mencionar que, los expertos valoraron con un 100% de aceptación el potencial turístico del sector estudiado como “Turismo cultural, patrimonial e histórico”.

1. Pluralidad-multiplicidad de espacios públicos dedicados a la cultura, religión y algunos públicos como la Plaza Miranda ubicada como plaza central o el Boulevard Padilla que se pueden integrar formando un circuito turístico y reforzar con facilidades turísticas que no tiene únicamente que estar ubicados dentro de estos inmuebles, como servicio de aseo, tiendas de venta de artesanía local, comida, dulces entre otras, y generar un beneficio a la comunidad directamente.
2. El Casco Histórico, está conformado por todas las edificaciones que están dentro de los límites del polígono del casco histórico, entre los ya mencionados con carácter cultural y recreativo, un gran número de viviendas tradicionales las cuales se encuentra amenazadas entre otros según opinión de los expertos por los factores siguientes:
 - El descuido y al abandono de algunas edificaciones.
 - Falta de mantenimiento en las edificaciones de interés histórico-cultural.
 - Ausencia de conocimiento y asesoramiento técnico para mantener las construcciones tradicionales, monumentos y sitios de interés históricos.
 - Nivel de concientización de sus habitantes y propietarios acerca del valor que poseen
 - Altos costos para su mantenimiento
 - Ausencia de ofertas de planes de crédito por parte del municipio a los propietarios de las viviendas para una conservación arquitectónica adecuada
 - Falta de un modelo de organización de las acciones de conservación preventiva que se realiza en el casco central.

- Conocimiento de un plan de sensibilización y difusión del casco histórico de la parroquia que proteja su valor.
- Inexistencia de un programa de actividades que promueva organizadamente actividades dinámicas de protección del patrimonio existente.

Según Torres B. (2006), es fundamental considerar los centros históricos como un proceso de cambio con realidades urbanas vivas y partes fundamentales de nuestras ciudades, percibidas como escenarios globales y no como una mera yuxtaposición de partes o un simple producto turístico.

“La recuperación funcional de los centros históricos, vinculada con el turismo o con la cultura, debería situarse en la búsqueda de nuevos equilibrios que, siendo respetuosos con los valores urbanísticos, culturales, sociales y funcionales de la ciudad del pasado, den respuesta a los problemas y necesidades de nuestro tiempo” (Triotiño 2002: 16).

Si bien el futuro de nuestros centros históricos se encuentra estrechamente relacionado al turismo y a la cultura, lo cual puede ser un impulso a la puesta en valor y recuperación del patrimonio arquitectónico urbano, basándose su desenvolvimiento en el marco de los principios de la sostenibilidad. La reutilización turística patrimonial se está “convirtiendo en un protagonista fundamental de la vida y también de la recuperación urbanística y arquitectónica de importantes centros históricos, al introducir importantes procesos de rehabilitación y reutilización de edificios monumentales” (Triotiño 2000: 37).

Dentro de los elementos **intangibles** destaca la gastronomía tradicional por el alto valor otorgado por las diferentes unidades de consulta como son los habitantes, los visitantes al considerarlo de calidad y precios accesibles, y los expertos al otorgándole un valor potencial de nivel internacional, de igual forma con una valoración potencial a nivel nacional la gran cantidad de actividades tanto religiosas como ferias populares como la devoción de la Virgen de Altagracia, y la “Vuelta al Terruño, *encuentro tradicional de decimistas y Chimbangles, en honor a San Benito, celebración de la Semana Santa, trato y hospitalidad de la gente, vía crucis viviente, Juegos jocosos sector El Calvario, modo de hablar del lugareño*”, y por último con un valor de potencial para un nivel “bajo estatal” las *peleas de gallo*.

Las **facilidades turísticas**, que existen en el área de estudio son pocas. Los establecimientos de alojamiento turísticos no cumplen con la capacidad ni la calidad requerida para un futuro desarrollo turístico, solo uno cuentan con el Registro Turístico Nacional (RTN); sin embargo, los consultados esperan apoyo de los entes rectores para impulsar la activada. En cuanto al equipamiento complementario

existen y algunos como los relacionados con alimentos y bebidas que funciona y gozan de una buena evaluación por parte de los turistas y residentes consultados, por su calidad y de precios accesible, a pesar de que algunos poseen una infraestructura informal para prestar su servicio, no cuentan con el Registro Turístico Nacional (RTN) que los acredita como prestadores de servicios turísticos y los integra al Sistema Turístico Nacional lo que limita el desarrollo del turismo a corto plazo. Es importante destacar que, los empleados no tienen capacitación en turismo.

Con relación a la accesibilidad y transporte, según los turistas consultados las vías de acceso al municipio se encontraban para la fecha del levantamiento de la información en muy mal estado y con muchos reductores de velocidad en las vías; sin embargo, a finales del año 2013 se comenzaron los trabajos de reasfaltado, las vías internas si están en buenas condiciones permitiendo el fácil desplazamiento dentro de las misma y que favorece el desarrollo de la actividad turística. No existe un transporte específico para el turismo; sin embargo, existe un transporte de microbuses que comunica la población de Altagracia con todo el municipio y se encuentra en buenas condiciones para la presta del servicio y a precios muy económicos.

7.4 Características de Comunidad Residente

En relación al objetivo cuarta referido a determinar las características en términos socio-económicos y socioculturales y la opinión de la comunidad residente, sobre la actividad turística en el frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altagracia se puede concluir con:

- Los habitantes de la Parroquia encuestados, ven como positiva y creen en la importancia del turismo como una forma de mejorar las condición vida y de la familia y opinan y valoran el potencial de los recursos como con que se cuenta para el desarrollo del turismo, piensan que el mayor atractivo del Municipio son las playas, seguidos de las fiestas patronales, el centro histórico y la gastronomía, en cuanto a los recursos patrimoniales edificado presentes en el casco histórico, valoran primeramente la Iglesia “Nuestra Señora de Altagracia”, seguido del Museo “Centro Histórico de Altagracia”, luego, el Centro Urbano de Los Puertos y la Casa Museo “Gabriel Bracho” como los más representativos, igualmente manifiestan estar dispuestos a colaborar con la actividad turística y la venta de productos tanto alimenticios como artesanales.

- Ven como necesario para impulsar la actividad turística y que pueda captar visitantes, la construcción de infraestructura hotelera así como el apoyo de los entes gubernamentales así como inversionistas para que se pueda rescatar la estructura tradicional del casco histórico, igualmente sienten como muy necesaria la información turística. Ven el turismo a futuro como muy importante y beneficioso, tanto para los dueños de playas y restaurantes como para la comunidad.

7.5 Perfil de la Demanda

El objetivo quinto propone definir las características del visitante o, perfil de la demanda turística:

- Actualmente dada la misma situación del país existe una creciente demanda por ciertos espacios para el turismo interno, y se caracteriza por los desplazamientos durante las temporadas de carnaval, Semana Santa, vacaciones escolares, vacaciones decembrina, fines de semana y días feriados, lo que implica muchas veces que pueden ser estadías cortas de dos (2) o tres (3) días como forma de esparcimiento o salir de la rutina semanal. La presencia de ciudades importantes cercanas a menos de una (1) hora de distancia como Maracaibo y Cabimas, al igual que la presencia de muchos visitantes producto de los lazos familiares entre los muchos estudiantes residentes en la parroquia, está generando la presencia de muchos turistas y sobre todo excursionistas que se dirigen a las playas o visitan la población para degustarla la gastronomía local, a pesar de todo, muchos demandan condiciones de infraestructura turística para ser acogidos, lo cual es una gran ventaja si se cuenta con la posibilidad como manifiesta Torres (2003: 43).

“El turista de hoy cada vez es más activo y demanda más actividades para ocupar su ocio. Una de esas posibilidades es visitar las ciudades del interior que ofrezcan para él algún tipo de interés, ya sea por su historia, su arquitectura, sus monumentos o sus costumbres. De hecho el 22% de los visitantes de la Costa del Sol declara haber visitado durante sus vacaciones en la misma algún pueblo del interior. No obstante, la intensidad y el carácter esporádico de estos flujos pueden tener consecuencias no deseadas para las zonas visitadas”.

Es fundamental reforzar las distintas actividades, y permitir dinamizar la actividad turística como para que se pueda a un plazo no muy lejano valorar turísticamente el casco histórico y el frente de agua de Los Puertos de Altagracia con sentido de sostenible en beneficio y mejora de la calidad de vida de los

pobladores, y detener con ello la destrucción de los distintos inmuebles heredados del pasado.

De acuerdo a la información empírica obtenida del estudio de campo entre los encuestados para definir las características del visitante o, perfil de la demanda turística, de Los Puertos de Altagracia, en el municipio Miranda; algunos de los rasgos más relevantes que se desprende del estudio sobre la demanda real y potencial son los siguientes:

- El perfil socio económico del visitante que viene a Los Puertos son personas adultas venezolanos, con buen nivel educativo predominan las edades entre 30 a 60 años casados con dos (2) hijos promedios, seguido de personas con edades entre diecinueve (19) a veintinueve (29), años solteros. La mayoría de los visitantes tiene un ingreso mensual entre 2001 y 3000 BsF (entre 465 a 697 \$). Proviene predominantemente de ciudades cercanas como Maracaibo y Cabimas del mismo estado Zulia, y de otros estados como Falcón, Valera, Portuguesa y San Cristóbal, entre otros.
- El motivo por el que visitan la ciudad es por vacaciones y ocio, gastronómicos o visitar familiares y amigos se dirigen hacia las playas y restaurantes tanto de la parroquia Altagracia “Playa Aventura” y “El Buque”, como de la Parroquia San José y Farías.
- Visitan y organizan el viaje en familia o en grupos, la gran mayoría no pernoctan en la ciudad por su condición de tipo excursionista (50 %) y los turistas que pernoctan en su mayoría se alojan en viviendas de familiares o amigos.
- El medio de transporte mayoritariamente utilizado para entrar al Municipio es el vehículo particular, muchos utilizan el transporte lacustre considerando el servicio por los encuestados como bueno en cuanto a atención, calidad y de costos bajos. La movilización interna para los que no entran en carros particulares son en carrito por puesto (carro pequeño de 5 puestos con rutas internas) y en los microbuses de la Alcaldía, evaluando la calidad y atención del servicio mayoritariamente como buena y de costos adecuados.
- Viene frecuentemente en Semana Santa y Carnaval o fines de semana. El principal atractivo que encuentra son las playas, la gastronomía, y ferias. Las actividades que más practicaron fueron las recreativa, gastronómicas y visita a lugares turísticos.

- El renglón mayor de gastos es en alimentos y bebidas, siendo el promedio de gastos diarios para los turistas de 520 BsF (97.05 \$) y para los excursionistas 502 BsF (91.70 \$) diarios, encontrando los servicios como alimentos y bebidas excelentes y de precios económicos.
- Destacan que lo que más les agradó de la permanencia, son las playas la tranquilidad y la comida, y más del 50% dijo no desagradarle nada de la visita, seguido de la vialidad con el 17 % que la evalúan como mala. No han recibido información turística. La imagen que tienen del municipio es buena y un promedio de 99 manifestó regresar y que lo recomendaban como destino.

7.6 De las Potencialidades

Según el objetivo seis (6) se elaboró un diagnóstico situacional identificando las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO) de Los Puertos de Altagracia, a partir del estudio empírico del trabajo de campo y la literatura consultada determinando las potencialidades con que se cuentan para potenciar la puesta en valor turística del territorio estudiado, y se resumen después de la valoración por los expertos como las más significativas. De acuerdo a esto se resumen:

7.6.1 Caracterizar el ámbito de estudio

- Ubicación Geográfica excelente, con relación a otros Municipio de la Subregión Costa Oriental del Lago, la cual permite acceder directamente por tierra y lago, siendo la “Puerta de acceso al Estado Zulia” terrestre y marítima desde el año 1529 (Oldenburg 1975).
- Variedad de recursos naturales potencialmente explotables, entre los que se encuentran sus costas de playas del Lago de Maracaibo, lagunas y manglares de gran que generan paisajes interesantes para actividades contemplativas, ecológicas, recreativas, deportivas, náuticas.
- Ubicación de recursos patrimoniales culturales dentro del perímetro del casco central con arquitectura patrimonial de valor históricos, culturales, religiosos y residenciales de estilo colonial y republicana, presentes en el casco histórico y frente de agua con sus áreas para la recreación, esparcimiento y contemplación lacustre, aunado a las tradiciones y costumbres del pueblo que dan vida los tradicionales espacios, los cuales hacen que sea una parroquia apta para la explotación y el desarrollo de la actividad turística.

- La integración natural e histórica del Lago de Maracaibo con el casco histórico a través del frente de agua con la presencia del “Boulevard Padilla”, como zona verde para el desarrollo turístico recreacional y de esparcimiento le aporta un interés paisajístico y pintoresco tanto a los espacios de recorrido internos, como a las visuales externas que se tienen del pueblo visto desde el área lacustre.
- Dada la presencia de edificaciones en el perímetro del Casco Histórico, y que a través de la trama urbana del casco fundacional se vinculan con el borde lacustre que conforman el frente de agua de Los Puertos y tienen el potencial para integrarse conformando un gran circuito turístico.

7.6.2 Superestructura turística

- Declaratoria Nacional de reconocimiento a su Patrimonio Cultural tanto tangible como intangible como “Sitio de valor histórico” y del I Censo del Patrimonio Cultural Venezolano Municipio Miranda como “Bien de Interés Cultural”. Es uno de los centros urbanos del estado Zulia con mayor riqueza histórica, cultural, arqueológica, considerada la “Capital Cultural del Zulia”.

7.6.3 Oferta Turística (Recursos Patrimoniales)

- Clima tropical permanente, con temperaturas media de 28°C, y la presencia permanente del sol, posibilitando la visita de turistas durante todo el año.
- Su límite o este con el Lago de Maracaibo y al Norte con el Golfo de Venezuela le otorga aproximadamente 100 km. de línea costera, con playa aptas al contacto humano, con la posibilidad de integrare a ciudades a ciudades caribeñas por vía acuática
- Posibilidad de potenciar la puesta en valor de casco histórico y frente de agua, al integrarlo con otras potencialidades naturales del municipio como son el turismo recreativo y el turismo ecológico como la “Ciénaga de Los Olivito”.
- Elementos de identidad local desde el punto de vista espaciales, urbanos, territoriales, culturales y naturales particulares, que facilita la elaboración de una imagen para el Marketing Urbano como pueblo con raíces históricas de “ciudad puerto”.
- Su gente es muy sencilla y hospitalaria abierta a la actividad turística y a mejorar su calidad de vida; siendo un potencial para el desarrollo turístico de

la zona formando parte de la oferta cultural del casco histórico por su arraigo e identidad con sus costumbre y tradiciones.

- Condiciones naturales extraordinarias que ligadas al potencial de su gente se convierte en una gran ventaja comparativa para el desarrollo del turismo.
- Altagracia cuenta con una fortaleza muy importante su gastronomía, con la variedad de restaurantes que posee para el deleite de residentes y visitantes, de calidad y precios accesibles según opinión de los consumidores.
- Existencias de actividades culturales en varias épocas del año como fiestas patronales, encuentros regionales de Chimbangles (grupo de tamboreros) de San Benito entre otros, que no han sido promocionados.
- Existencia de instituciones que permite abarcar distintos niveles de formación para los recursos en diferentes áreas y niveles de educativos, universitarios, culturales y artesanales, conformando una gran ventaja para contribuir a desarrollar este recurso en las áreas requeridas por sus potencialidades.

7.6.4 Demanda

- Presencia durante distintas épocas del año como Semana Santa, Carnaval y fines de semana de turistas y excursionistas.
- Fidelidad de los turistas y visitantes promoviendo la imagen como buena y el 99, 12% en promedio de los visitantes lo recomiendan como destino.

7.6.5 Accesibilidad y Transporte, Infraestructura básica de servicios.

- Terminal de Pasajeros que comunica por tierra internamente al municipio y a este con el resto de las capitales importantes de todo el País.
- Terminal Lacustre en buenas condiciones de espacio y ruta directa desde Los Puertos a Maracaibo y viceversa con potencial para recibir turistas y conectarse con otros municipios del estado Zulia.
- Accesibilidad Potencial como futuro soporte al sistema turístico del Municipio Miranda, Zulia con la construcción del Puerto de Aguas Profundas “Simón Bolívar” y el Puente “Nigales” como parte del sistema vial nacional y ferroviario

7.7 De las Estrategias

El séptimo objetivo específico abarcó determinar, desde el consenso pluriactoral (Delphi), las potencialidades y estrategias para la puesta en valor

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

turístico del frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altagracia, para lo cual se concluyen después de la evaluación de los expertos las estrategias necesarias para poner en valor el territorio estudiado.

7.7.1 Planificación y Gestión Turística

- Fortalecer la gestión turística de la Alcaldía creando una unidad de gestión/coordinación con visión sistémica-integral que viabilice el rescate y aprovechamiento de los recurso naturales y culturales existentes para su puesta en valor.
- Elaborar una plataforma normativa y de planificación estratégica que promueva e incentiven la inversión privada, para lograr el desarrollo turístico sostenible.
- Estimular/promover la participación de actores y fuentes de financiamiento alternativos público-privadas y sociales, para proyectos de conservación y rescate de edificaciones arquitectónicas de carácter patrimonial, tanto pública como privada.
- Implicar a los representantes políticos, técnicos, sociales y empresariales en el diseño de un destino turístico, que tome en cuenta la gestión de los recursos naturales y culturales, aportándoles información directa sobre nuevas tendencias de mercado en materia de turismo cultural y recreativo.
- Promover proyectos y asesoría técnica para el rescate/recuperación y acondicionamiento de edificaciones con valor patrimonial del casco histórico y frente de agua.
- Crear alianzas con instituciones públicas, privadas y/o ciudadanas apoyadas en la educación para capacitar y concientizar a la población residente y los entes involucrados en la conservación y preservación de su patrimonio cultural.
- Sensibilizar y concienciar a la población local y entes privados sobre la importancia del turismo como generador de riqueza en el municipio.
- Implantar un plan de mercadeo turístico que incluya campañas de concientización y de divulgación del valor del patrimonio cultural.
- Activar planes de marketing para promover al Municipio Miranda y su capital Los Puertos de Altagracia como destino turístico.

- Promover activamente iniciativas público - privado para el diseño de diferentes paquetes o circuitos turísticos, que integren los recursos naturales y culturales del municipio.

7.7.2 Estrategias Ofertas

- Optimizar el aprovechamiento del Lago de Maracaibo y costas al mar como potencial turístico, recreativo y deportivo.
- Mejora ambiental de entornos turísticos.
- Poner en valor recursos turísticos de interés naturales y culturales no aprovechados actualmente como la Ciénaga de los Olivitos con una visión sustentable y el casco histórico de Altagracia como una oferta integral al visitante.
- Dinamizar el casco histórico de la ciudad, convirtiéndolo en un espacio vivo, con señalética patrimonial de calidad y de fácil acceso a los principales recursos turístico.
- Utilizar estratégicamente la participación de la comunidad local como elemento de interpretación del patrimonio cultural, a través de las costumbres y tradiciones de sus habitantes orgullosos de su pasado.

7.7.3 Demanda turística

- Aumentar el nivel de satisfacción de los visitantes que manifiestan regresar, mejorando la calidad de la oferta, llenando de nuevos contenidos sus espacios y aptándolos de las nuevas tendencias de la demanda.
- Potenciar sinergias colaborativas y de cogestión entre los agentes implicados en el desarrollo de la actividad turística local, entre los empresarios, la comunidad y la Alcaldía, para potenciar la presencia de visitantes al municipio dada la alta demanda del producto gastronómico altamente valorado y de segmento sol y playa.
- Apoyar nuevos segmento de demanda emergente.

7.7.4 Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos

- Se requiere la construcción de hoteles categorizados y posadas turísticas, para dar impulso al desarrollo turístico y mejor calidad de vida en el destino.
- Promover alianzas estratégicas pluriactorales dirigidas a la promoción de proyectos que mejoren y amplíen la oferta de facilidades y equipamiento urbano.

- Crear una red de servicios básicos de atención al visitante (señalización, información turística) y localizar en los sitios estratégicos como museos y edificios patrimoniales.
- Propiciar convenios de formación e inducción hacia la actividad turística del capital humano tanto de los prestadores de servicios turísticos, los taxistas, guías turísticos, marinos.

7.7.5 Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano

- Promover el desarrollo y ejecución de proyectos para el acondicionamiento de la vialidad y señalización vial y turística del municipio.
- Optimización la calidad de los servicios en el terminal lacustre para mejorar la accesibilidad directa con otros municipios del estado Zulia e Islas cercanas.
- Ampliación y acondicionamiento en las instalaciones del terminal de pasajeros.
- Dotar de servicios públicos y equipamiento como mobiliario urbano adecuado, en las principales áreas de los espacios turísticos tanto naturales como culturales.
- Mejorar la imagen urbana del casco histórico de Altagracia, con la sustitución del sistema de cableados externos e luminarias.
- Acondicionamiento de aceras para el peatón que faciliten la accesibilidad y ampliación de la colocación de adoquines en las calles para reforzar un ambiente histórico colonial.
- Instalar áreas de apoyo como servicios de aseo personal en las playas del municipio.

De las conclusiones expuestas se pueden concretar o resaltar tres (3) como fundamentales las cuales con:

1. Existen potencialidades-recursos valorados por los consultados que justifican la puesta en valor el frente de agua y casco histórico de Los Puertos, ser la puerta de entrada al Zulia desde el norte del país y la demanda de residentes y turistas así lo confirma.
2. Es urgente la creación de un ente gestor con visión sistémica-integral sostenible que viabilice el manejo de estrategias y el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales existentes y la concienciación de la comunidad.

3. Elaborar una plataforma normativa y de planificación estratégica que promueva y viabilice la inversión pública y privada, para lograr la puesta en valor y el desarrollo turístico sostenible de Los Puertos de Altagracia del Municipio Miranda del Estado Zulia.

7.8 Recomendaciones

Visto y analizados estos resultados en relación al estudio para la puesta en valor turístico con sentido sustentable del frente de agua y casco histórico y preservar su patrimonio cultural y natural se presentan las recomendaciones siguientes:

- Es evidente que para la puesta en valor de los diferentes recursos presentes dentro del casco histórico y frente de agua, es necesario considerar al turismo como una política prioritaria para el municipio, para lo cual la voluntad política de los que laboran en las diferentes instituciones tanto públicas como privadas al igual que los pobladores.
- Promover el consenso entre las políticas culturales y turísticas vigentes en la actualidad, por medio de las cuales se rigen los organismos vinculados con el Patrimonio Cultural y Natural nacional, estatal y municipal.
- Aprovechar los elementos del espacio urbano tanto del casco histórico como del frente de agua contenedor del patrimonio cultural y natural con la participación de la comunidad, para promocionar la imagen de la “Ciudad Puerto” manteniendo la identidad de pueblo pintoresco e histórico-cultural, bañado por las orillas del Lago de Maracaibo por medio de una política de Marketing Urbano como históricamente se ha visto desde la época de la colonia.
- Reforzar la posición estratégica de Los Puertos como Puerta de Entrada al Estado Zulia desde la Zona Norte hacia el interior del estado, así como desde el Lago de Maracaibo como entrada a la Costa Oriental del Lago (COL)..
- Reparación y rescate de la casa Museo Gabriel Bracho y del Museo del Hombre, para la preservación de la edificación y los murales y valiosas colecciones artísticas y arqueológicas presentes.
- Mejorar las condiciones de los espacios museísticos con acondicionamiento de facilidades turísticas como área de servicios y aseos, centro de información e interpretación, estos espacios pueden ser colocados

externamente o en inmuebles contiguo, si las condiciones de los mismos no lo permiten.

- Implementación dentro de los Museos un registro contabilizado que le permitan llevar estadísticas concretas del número de personas que a ellos ingresan, al igual que una buena señalización e inducción de las distintas colecciones que custodian.
- Rescate de la colección de obras artística, arqueológica, históricas que guardan los museos del área, así como la restauración de los murales del pintor Gabriel Bracho, que se encuentran en la que fue su casa natal, en la Plaza Miranda y en la “Casa de los Lobos”.
- Establecer planes de adiestramiento y formación para el recurso humano y de apoyo institucional para los habitantes, entre otros a los pescadores, agricultores, ganaderos, artesanos y futuros guía o promotores turísticos, de forma que puedan formarse técnicamente y mejorar su condición al recibir apoyo.
- Realizar una planificación adecuada y aunar esfuerzos todos los organismos públicos involucrados para mejorar la infraestructura y servicios (vialidad, cloacas con plantas de tratamiento de las aguas, aseo, suministro de agua, electricidad, gas, teléfonos, entre otros) haciendo más atractiva la inversión turística.
- Aprovechar la fortaleza demostrada en la cantidad de usuarios consumidores tanto residentes como turistas que visitan por su Gastronomía, creando rutas gastronómicas del pescado o ferias de comida, para acentuar la actividad y mejorar ingreso a la población
- Divulgar los resultados de esta investigación, tanto a los organismos públicos como privados que estén abiertos a los procesos de cambio de las estructuras organizativas formales que han venido implementando hasta la actualidad, así como a otras investigaciones sobre el tema planteado.
- Se recomienda la realización de un estudio de complementariedad y competitividad con otros destinos, así como un estudio comparado con otras ciudades con características similares desde el punto de vista de su desarrollo turístico, para identificar otros parámetros que no se observaron en esta investigación.
- Este trabajo puede servir de apoyo para otras investigaciones, así como profundizar en las áreas de aplicación de los distintos aspectos estudiados.

Los resultados obtenidos del estudio serán un importante aporte para los organismos competentes, ya que la información obtenida en su elaboración viabilizará la formulación de políticas coherentes que faciliten el desarrollo de la actividad turística y el rescate y valorización de los elementos patrimoniales tangible e intangibles que subrayan la identidad local y nacional, así como para cualquier ente involucrado en el desarrollo de Municipio Miranda:

- En el caso de la Alcaldía del Municipio Miranda para diseñar y establecer Planes de desarrollo Turístico con sentido de sostenibilidad.
- Al sector empresarial (público y privado) para diseñar planes por sectores, sobre todo en aquellas áreas donde pueda ser más competitivo y diversificar en integral la oferta turística.
- A La comunidad de la parroquia Altagracia a través del desempeño de nuevas ocupaciones se contribuiría con la disminución del desempleo y por consiguiente con el mejoramiento de la calidad de vida. Igualmente se rescataría tradiciones divulgando la cultura de la región, y con ello la autoestima por su herencia cultural.
- Al turista que visita la zona se creará una experiencia de calidad de tal manera que se estimule su regreso en futuros viaje aplicando programas interpretativos como alternativa del desarrollo del turismo sustentable.
- A las instituciones educativas como aporte en la formar a los ciudadanos en la valorización, igualmente a las universidades para el diseño y puesta en práctica de proyectos de desarrollo local a través de sus programas de investigación y extensión.
- A los entes culturales que hacen vida en el municipio para que integren estrategias en pro del rescate, sensibilización y promoción del patrimonio cultural.
- A los estudiantes actuales y potenciales de diferentes programas y niveles, como insumo en el caso de plantearse la investigación para determinar las necesidades de formación del recurso.

Desde el punto de vista social se fomentará la conciencia ciudadana para la protección del patrimonio, al igual que ayudar a profundizar la relación patrimonio y comunidad, lo cual constituye un elemento importante para la protección de la identidad local.

BIBLIOGRAFÍA

Referencias Bibliográficas

- Acerenza, M. (2002). *Administración del Turismo, Vol. 1, México Ediciones Trilla.*
- Acerenza, M. (2002). *Administración del Turismo, Vol. 2, México Ediciones Trilla.*
- Aceranza, M. (2005). *Promoción Turística. Un enfoque metodológico. México. Ediciones Trilla. Séptima Edición.*
- Aceves, V. (2004). *Dirección Estratégica. México. Editorial: McGraw-Hill Interamericana.*
- Aguirre, F. (2009) *Técnicas Prospectiva. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.prospectiva/blob.com>. Consulta: 4/10/2013*
- Alonso, V. (2009). *Un Modelo Integral para La Evaluación Competitiva de Destinos Turísticos Basados en la Identificación e Integración de Factores Críticos de Éxito. Tesis Doctoral Universidad de las Palmas de Gran Canarias. Dto. De Geografía*
- Antón, S. (coord.), González F y otros (2005). *Planificación territorial del Turismo. Barcelona España. Editorial UOC.*
- Arapé, R. (1993). *Aquella Maracaibo. Universidad del Zulia. Maracaibo*
- Arias, F. (2004) *El Proyecto de Investigación. Guía para su elaboración. Cuarta Edición. Editorial Episteme, Caracas Venezuela.*
- Ascanio, A. (1998) *Elementos del Turismo como Sistema. Mérida: Corporación Merideña de Turismo. Banco Central de Venezuela.*
- Ascanio, A. (2003). *Turismo: la restructuración cultural. Revista Pasos. Tenerife.*
- Ávila, N. (2000). *Ecología y ambiente urbano. Trabajo de Asenso no publicado, Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad del Zulia. (LUZ). Maracaibo. Venezuela..*
- Azuaje, H. (2004). *Proyectos de intervención propuestos por la Alcaldía de Miranda a través de la Dirección Municipal de Planificación Urbana.*
- Bavaresco, A. (2004). *Proceso Metodológico en la Investigación. Caracas Ediciones Anauco*
- Ballart J. y Tresserras, J. (2005). *Gestión del Patrimonio Cultural. Ariel Patrimonio. Barcelona.*
- Barbini B. (2005), *Dimensión Social: Actividad Turística y Capital Social. En Análisis multiterritorial: Una ampliación al turismo cultural la ciudad de Chascomús. Ponencia presentada en la VII Jornadas Nacionales y Simposio Internacional de Turismo. Bahía Blanca, 6-8 de Oct. pp. 185 – 226)*

- Barretto, M. (2007). *Turismo y Cultura, relaciones contradicciones y expectativas*. Revista Pasos, Tenerife.
- Barrios, Y. (1992). *Propuesta Metodológica de Catalogación del Patrimonio Cultural Edificado del Área Urbana de Cabimas*. Trabajo Especial de Grado no publicado. Universidad del Zulia. Maracaibo.
- Benseny, G. (2010), *Dimensión Social-Institucional: Actividad Turística y Cuestiones Institucionales*. En *Turismo y Territorio. Del diagnóstico a la proposición de desarrollo turístico a propósito de la provincia de Buenos Aires*. Universidad Nacional de Mar del Plata. Montero Juan (et. al.); (Conducción). Barbini, B.
- Bermúdez, N., (2001). *Vivir en Maracaibo en el Siglo XIX*. Acervo Histórico del Lago de Maracaibo. Estado Zulia.
- Bifani, P (1997). *Medio ambiente y desarrollo (3ra. Ed.)*. México: Universidad de Guadalajara.
- Botelho, D.; Rodríguez, P. y Ueda, V. (2003). "Nuevos Escenarios y Nuevos Actores en el Turismo: por actuar desde una Perspectiva Sostenible". II Congreso Virtual de Turismo 2003. [Documento en línea]. Disponible en: www.antropología.com.ar/turismo/congreso2003/ponencia/vanda_veda.htm. Consulta: 04/06/2013.
- Boullón, R. (1994). *Planificación del espacio Turístico*. Editorial Trilla, S.A. 2da edición. México
- Boullón, R. (2003). *Los Municipios Turísticos*. Editorial Trilla, S.A. 2da edición. México.
- Briceño, F. (2005). *Agenda Turismo 2020*. Ediciones IESA, Caracas Venezuela.
- Buitrago, L. (2000). *Herramienta Automatizada para Investigaciones Restaurativas, Caso: Casco de la Ciudad de Maracaibo*. Trabajo de Asenso no publicado. Universidad del Zulia. Maracaibo.
- Calandra, M. (2003). *Metodología de análisis y valoración del paisaje agrario como recurso turístico: aportaciones a la ordenación*. Redacción-Borrador tesis doctoral. Beca Turismo Secretaria de Estado y Comercio. Madrid España.
- Canclini. (1987). *El Proyecto Gran Caribe (México. 1987-1990)*. Patrimonio Cultural según Congreso Ámsterdam Europa (1975).
- Caldera, N. (2000). *Conceptualización Teórica del SIGTUR-Zulia-CONDES-LUZ, 1996-2000*. Trabajo de Ascenso no publicado. Universidad del Zulia. Maracaibo. Venezuela.
- Caldera, N.; Cuberos R.; Cestary J. y Camacaro L. (2000). *Proyecto de Investigación: Sistema de Información Geográfica Turística para la Planificación del Turismo del Estado Zulia (SIGTUR – ZULIA)*. Trabajo de Asenso no publicado, Instituto de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad del Zulia, Maracaibo. Venezuela.

- Caldera, N; Cuberos R., Cestary J. y Camacaro L. (2002). *Alianza Estratégica Institucional entre el SIGTUR – ZULIA y la Cuenta Satélite de Turismo en Venezuela*. En “Turismo en Análisis”. Universidad de São Paulo Escola de Comunicações e Artes. Departamento de Relações Públicas, Propaganda e.
- Calle Vaquero, M. (1999). *Incidencias Económicas del Turismo en las Ciudades Históricas*. Tesis Doctoral Universidad Complutense de Madrid.
- Calle Vaquero, M. (2006). *La Ciudad Histórica como Destino Turístico*. Editorial Ariel, S.A. Barcelona España.
- Callizo, J. (2002). “La Atracción del Interior: Los Nuevos Espacios Turísticos”, en García Marchante, J. S. et Poyato Holgado, M –coord.- *La Función Social del Patrimonio Histórico: el turismo cultural*, Cuenca: Universidad de Castilla- La Mancha, pp. 33-48.
- Camacaro, L. (2010). *Una Visión Actual y Prospectiva del Potencial Turístico Urbano Caso Ciudad de Maracaibo – Venezuela*. Tesis Doctoral no publicada. Universidad de Málaga. Facultad de Ciencias Económica y Empresariales Departamento de Economía Aplicada (Política Económica).
- Capece, G. (1997). *Turismo sostenido y sustentable. Una visión holística*. El Bolsón. Argentina. 1997.
- Caraballo C. (2005) *Patrimonio y Pobreza Crítica. La Tolita provincia del Ecuador*. Material presentado en el curso “Patrimonio y Sostenibilidad Social”. Material presentado en la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad del Zulia. Maracaibo Venezuela.
- Caraballo C. (2003). *Haciendo Nuestro lo Nuestro, para Conservar lo Nuestro*. Proyecto de Formulación e implementación de planes participativos de manejo integral del Patrimonio Cultural en los países de área Andina. Material presentado en la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad del Zulia. Maracaibo Venezuela.
- Cardozo, Germán. (1998). *La casa Histórica de Altagracia. Origen y símbolo de la identidad de un pueblo*.
- Carner, F. (2001) *Turismo sostenible en Centroamérica y el Caribe*. In: *Reunión de Expertos sobre el turismo en Centroamérica y el Caribe: Una visión conceptual*. México: CEPAL, 11 de octubre de 2001 Brasil, pp. 79 – 89.
- Casasola, L. (2002) *Turismo y Ambiente*. Editorial. Trillas, quinta edición. México.
- Casasola (1990), Vargas (1986). *Comisión Mundial del Ambiente Manila (1987). UNESCO (1972)*.
- Castellucci, D. (2010). *Dimensión Social-Comunicacional; Prácticas Comunicacionales*. En *Turismo y Territorio*. Universidad Nacional del Mar de la Plata 1ª edición. Buenos Aires. (pp. 227- 251).
- Castejón, F. (2003). “Propuesta de un Instrumento Técnico Metodológico para la Evaluación de los Recursos Culturales con Potencialidad Turística en el Ámbito

- Municipal” Trabajo Especial de Grado no publicado. Universidad del Zulia. Maracaibo.*
- Chávez, N. (2007). *Introducción a la Investigación Educativa. Editorial Universal. Maracaibo. Venezuela*
- Coletta, M. (1980). *Estudio Climático de la COL. Ministerio Del Ambiente y Recursos Naturales. Maracaibo Edo Zulia Venezuela.*
- Conrad, J. (2001). *Un Proyecto de Futuro para una Ciudad del Presente. Plan de Desarrollo Turístico y Patrimonial de la Ciudad Huelva. VI Jornadas de Andaluzas de difusión del Patrimonio Histórico. ACTAS. Málaga. España*
- Cortés, T. (2001). *La Recuperación del Patrimonio Cultural Urbano como Recursos Turística. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Geografía e Historia. Departamento de Geografía Humana. Tesis Doctoral no publicada*
- Costa, E. (2007). *Cooperativismo como instrumento de Desarrollo del Turismo Rural: El Caso de la Cooperativa Paranaense de Turismo, Estado del Paraná, Brasil. (Tomo I) Tesis Doctoral. Universidad de Málaga. Departamento de economía Aplicada.*
- De la Calle Vaquero, M. (1999). *Incidencias Económicas del Turismo en las Ciudades Históricas. Tesis Doctoral Universidad Complutense de Madrid.*
- Díaz, H. (1999). *Desarrollo de un Tutorial Informativo sobre Coro Patrimonio Histórico de la Humanidad. Tesis de Magíster no publicado. Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín. Maracaibo.*
- Díaz, P. (1994). *Formación de Lectores Críticos en la Escuela a Partir de la Prensa. Trabajo especial de grado no publicado. Universidad Católica Cecilio Acosta. Maracaibo.*
- Dieskow, L. (2011). *Turismo. Un abordaje micro y macro económico. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.eumed.net>. Última consulta 12/11/2012).*
- Dumazedier, J. (1968). *Hacia una civilización del Ocio. Barcelona. Estela.*
- Escobar, A. (1999). *Recuperación de la Franja Costera de Altagracia Turístico-Recreacional. Tesis de Especialización no publicado. Universidad del Zulia. Maracaibo.*
- Esteve, R. (2006) *La Estructura de los Mercados Específicos, en Torres, E. (Dir.): Estructura de Mercados Turísticos. Ed. UOC. Barcelona: 171-233.*
- Fernández, E. (1998). *Metodología de la Investigación. Caracas. Ediciones Júpiter.*
- Fernández, G. y Guzmán A. (2003). *“Informar Sensibilizar y Educar para un Turismo Sostenible. Congreso Virtual de Turismo 2003. [Documento en línea]. Disponible en: www.antropología.com.ar/turismo/congreso2003/ponencia/vanda.veda.htm. Consulta: 04/10/2013.*

- Fernández, G. (2004). *Sostenibilidad y Gobernabilidad: dos conceptos condenados a entenderse en el ámbito urbano*. Madrid, España. [Documento en línea]. Disponible en: <http://habidad.ar.upm.es/boletin/n13/i1ajfer.html>. Consulta: 04/08/2013.
- Fernández, G y Paz, S. (2005). *Más allá del Marketing de Ciudades: Hacia una política Pública de Diseño y Ostión de los Signos de Identificación de Ciudad*. Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1 de agosto de 2005, vol. IX, núm. 194 (94) [Documento en línea]. Disponible en: <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-194-94.htm>> gfernandez@unq.edu. Consulta: 04/10/2013.
- Ferrer, M. y Quintero, C (2002). *Realizando lo Imaginado: La formación de una política urbana desde la investigación universitaria*. En: *Revista Venezolana de Gerencia RVG*, dic. 2002, vol.7, Nº.20, p.623-638. ISSN 1315-9984.
- Ferrer, M. (2012). *Gobernar la Complejidad Urbana Desde la Sostenibilidad. Evaluación del gobierno de la gestión visible utilizando indicadores de gobernanza (Venezuela) Tesis Doctoral, no publicada*. Universidad Politécnica de Madrid, España.
- Ferre, Y. (1997). *Importancia de la Parroquia Santa Lucia como Patrimonio Histórico Cultural en la Conformación de la Identidad Local*. Trabajo Especial de Grado no publicado. Universidad Católica Cecilio Acosta. Maracaibo.
- Fleitas J. (2011), *Los consejos comunales como alternativa de desarrollo comunitario*. Universidad Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.blogs.unellez.edu.ve/> consultado 21/10/2013
- Francés, A. (2006): *Estrategia y Planes para Empresas. Con el cuadro de mando integral*. Editorial Pearson: Venezuela
- Francesc, J. (2003). *Las Claves del Mercado Turístico. Como competir en el nuevo entorno*. Ediciones Deusto. España.
- Fred, D. (1997). *Conceptos de Administración Estratégica*, 5ª. ed., Prentice-Hall, México.
- Fuenmayor, N. (2002). *Software Educativo para el Reforzamiento de los Elementos Caracterizadores de la Identidad Local*. Tesis de Magíster no publicado. Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín. Maracaibo.
- Fuentes, R. (1999). *Un Modelo de Desarrollo de la Competitividad Turística El caso de la Costa del Sol*. En *Planificación Territorial y Comercialización Turística*. J. Enrique Bigne, Diego López (Dirs). Ed: Universidad Jaume.
- Fuentes, R. (2006). *Introducción y Fundamento de la Investigación en los Mercados Turísticos*, en: Torres E. (Dir.): *Estructura de Mercados Turísticos*. Barcelona, España. Editorial UOC. Barcelona: 277 – 322.
- Fullana, P. y Ayuso, S. (2002). *Turismo Sostenible*. Editorial Rubes Barcelona, España.

- Galán M. (2003). *El Turismo Urbano como Estrategia de Desarrollo Sostenible, Análisis de cuatro ciudades andaluzas. Tesis Doctoral, no publicada. Universidad de Málaga. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Málaga, España.*
- García, A. y Tejedor, F. (1996). *Perspectivas de las nuevas tecnologías en la educación. Madrid, España. Ediciones Narcea.*
- Gasparini, G. (1972). *La Casa Colonial en Venezuela. Caracas. Editorial Armitano.*
- Gigirey, A. (2003). "Turismo Cultural en Lugares Sagrados desde la Perspectiva de los Residentes. Un estudio de la Catedral de Santiago de Compostela". *Estudios Turísticos Nº 158, pp. 79-108. Secretaría General de Turismo Madrid España,*
- González, M. (2002). *Propuesta Estratégica de participación a la comunidad local laboral (comerciantes) para contribuir al desarrollo de la actividad turística. Caso de estudio; Casco Histórico del Municipio Maracaibo del Estado Zulia. Facultad de Arquitectura y Diseño. Maestría Planificación Integral para el Desarrollo del Turismo.*
- González, M. (2010). *Excelencia en la Gestión del Patrimonio Cultural Edificado en Ciudades Patrimonio de la Humanidad. Caso Eje Cultural Coro y la Vela, Venezuela. Tesis Doctoral no publicada. Departamento de Economía Aplicada. Universidad de Málaga. España*
- Hernández, E. (1996). *Planificación Turística. Un enfoque metodológico. México. Editorial Trillas.*
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación. Quinta edición. México. Mc Graw Hill.*
- Herrero L, Sanz M. y Sanz J. (2002). "Turismo Cultural de Museos: Análisis y Valoración". *Estudios Turísticos Nº 153, pp. 61-83. Secretaría General de Turismo Madrid España.*
- Hurtado, J. (2008) *Metodología de la Investigación. Una Comprensión Holística. Edición Quirón. Caracas – Venezuela.*
- Indriago, J. (2011). *Material del Curso Seminario de Metodología Turística. Posgrado Facultad de Arquitectura y Diseño. Universidad del Zulia Venezuela.*
- Jiménez, L. (1986). *Teoría Turística. Un enfoque integral del hecho social. Universidad Externado de Colombia. Bogotá, Colombia.*
- Klein, R. Centro Stone. (2004). *Curso de Simulación en Economía y Gestión de Empresas. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.uan.es/predysli>. Consulta: 19/11/2013.*
- Landeta, R. Jon. (1999). *El Método Delphi: Una Técnica e Previsión para la incertidumbre, Editorial: Ariel. Barcelona, España.*

- Languar, R. (1991). *La economía del turismo*. Editorial Oikos taus. Barcelona España.
- León, F. (2007). *Turismo Cultural: Una Estrategia para el Futuro*. Universidad Politécnica de Valencia, España. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.antropologia.com.at>. Consulta: 05/09/2013.
- López, M. (2003). "El Potencial Turístico de los Balnearios". *Estudios Turísticos* N° 157, pp. 125 -145. Secretaría General de Turismo Madrid España.
- Lourdes, E. (2011), *Método y Técnicas de Investigación*. Editorial trillas. Cuarta Edición. México, D.F.
- Luna, A. (1999). *Patrimonio Cultural, Recorrido y Circuitos Turísticos*. Estudio de Caso: Casco Central de Maracaibo. Tesis de Magíster no publicado.
- Luzardo, M. (2004). *Tutorial Informativo sobre el Patrimonio Cultural de Los Puertos de Altagracia*. Tesis de Magister sin publicar. Universidad Rafael Bellosso Chacín. Venezuela.
- Mantero, J. C. (et. al.) Barbina B. Benseny G. (2010) *Turismo y Territorio Del Diagnóstico a la proposición de desarrollo turístico*. Universidad Nacional del Mar de la Plata 1ª Edición. Buenos Aires.
- Martí, M. (1969). *Documentos Relativos a su Visita Pastoral de la Diócesis de Caracas*. Biblioteca de la Academia Nacional de Historia. Caracas; Venezuela
- Martínez, F. (2003). "El Potencial de la Actividad Turística para resolver de manera sostenible los problemas estructurales de las Zonas Rurales. Análisis del Caso Gallego". *Estudios Turísticos* N° 159, pp. 87-101. Secretaría General de Turismo Madrid España..
- Mayorga, F. y Córdova, E. (2007) *Gobernabilidad y Gobernanza en América Latina*, Working Paper NCCN Norte-Sur IP8, Ginebra No publicado. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.institu-gouvernance.org/docs/ficha-gobernabilidad.pdf>. Consulta: 20/11/2013.
- McIntosh, R., Goeldner, Ch. y Ritchie, B. (2005). *Turismo Planeación, Administración y Perspectiva*. México. Editorial Limusa SA.
- Medina, D. y García, J. (2004). *Dirección Estratégica de la Empresa Turística*. En *Turismo los Retos de un Sector Estratégico*. Papeles de Economía, N° 102. ISSN 02109107.
- Méndez y Álvarez. (2002). *Metodología., Diseño y desarrollo del proceso de investigación*. 3ra Editorial McGraw-Hill Interamericana, S.A. Bogotá, D.C., Colombia.
- Méndez y Álvarez. (2009). *Metodología., Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en Ciencias Empresariales*. 4ta Edición. México, D.F. Editorial Limusa, S.A.

- Méndez y Rodríguez. (2009). *Puesta en Valor del Patrimonio Cultural como Recurso Turístico*. La Serena. Chile. Publicado Las Palmas de Gran Canaria: El Autor. 2009
- Méndez, R y Caravaca, I. (1996): *Organización industrial y territorio*. Síntesis, Madrid.
- Millán, M. (2005). *El Desarrollo Sostenible como Estrategia: La red verde mediterránea de la Región de Murcia*. Turismo en Espacios Rurales 8vo Congreso de Turismo Universidad y Empresa. Editorial Tirant Blanch. Valencia España
- Millano, I. (2008), *Propuesta de Gestión del Patrimonio Cultural del Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia para su desarrollo Turístico*. Tesis de Maestría no publicada en Planificación Integral para el Desarrollo del Turismo. Universidad del Zulia. Venezuela..
- Miramontes, A. (2005). *El territorio como factor de desarrollo local de dos municipios de carácter rural*. A Estrada y Lalín, en Rodríguez Román y Rodríguez Fermín. *El desarrollo local en su complejidad*. Universidad de Santiago de Compostela. Publicaciones.
- Molina, S y Rodríguez, S. (1987). *Planificación Integral del Turismo*. Un enfoque para Latinoamérica. (Primera Edición). México: Editorial Trillas.
- Molina, P. (2003). *Turismo cultural, Una experiencia turística cultural existe cuando el producto turístico se concibe con un enfoque interpretativo*. II Congreso Virtual de Turismo 2003. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.antropología.com.at>. Consulta: 04/09/2013
- Montero, J. (et. al.); (Conducción). Barbini, B; Benseny G. (2010), *Turismo y Territorio. Del diagnóstico a la proposición de desarrollo turístico a propósito de la provincia de Buenos Aires*. Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Monteserín, O. (2007). *Turismo y Desarrollo Territorial: Los Planes de Dinamización Turística en la Interpretación y Puesta en Valor del Territorio*. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- Morales J. y Raydan, C. (2002). *La Colección Fotográfica del Centro Histórico y Cultural de los Puertos de Altagracia*. Maracaibo. Editor: Acervo Histórico del Estado Zulia.
- Morales, P. (2012). *Estadística aplicada a las Ciencias Sociales. Tamaño necesario de la muestra: ¿Cuántos sujetos necesitas?* Universidad Pontificia Comillas. Madrid. Facultad de Humanidades. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.upcomillas.es/> visita: 25/11/2013
- Morére, N. y Perelló, S. (2013). *Turismo Cultural, Patrimonio, Museos y Empleabilidad*. Turismo y Territorio. Fundación EOI, Madrid. Libro digital [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.oei.es/savia/documento/eoi-80090/turismo-cultural-patrimonio-museos-y-empleabilidad> y www.turismoculturallun.org.ar Consulta: 23/09/2013.

- Novo, M. (2006): *El Desarrollo Sostenible. Su dimensión ambiental y Educativa*. Pearson Educación, S. A. Madrid.
- Oldenburg, C. (1975). *La Villa de Altagracia y su Comarca*. Altagracia. Imprenta del Estado Zulia. Venezuela.
- Orduna, F. (2000). *Turismo patrimonio natural y medio ambiente*. Revista de desarrollo rural y cooperativismos agrario, ISSN 1139-7748, Nº 4, págs. 95 - 130
- Orte Bermúdez, J. M. (1997). *Conocimiento sobre el mundo del turismo*. Milenio, Lleida. Parador de Turismo (2011) "Acerca de paradores". [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.paradores.es/> Consulta: 04/10/2013.
- Ortega, R. (1993). *El Zulia en el Siglo XX*. Maracaibo. Editorial D. Raimundo Anduela Palacios.
- Pachano, R. (1996). *Aspectos Legales del Patrimonio Público*. Maracaibo. Universidad del Zulia.
- Padrón, F. (1999). *Estudio de las Potencialidades del Municipio Miranda como Base para la Promoción de su Desarrollo*. Tesis de Magíster no publicado. Universidad del Zulia. Maracaibo.
- Padrón, P. (1971). *Síntesis de Altagracia. Homenaje de Los Puertos de Altagracia del Estado Zulia*. Asociación de Escritores Venezolanos Seccional Zulia. Tipografía Unión. Maracaibo Venezuela
- Papalia, D. (2001). *Psicología del desarrollo*. Bogotá. Mc Graw Hill. Interamericana.
- Pérez de la Heras, M. (1999). *La guía del ecoturismo o como conservar la naturaleza a través del turismo*. Madrid. España: Grupo Mundi – presa.
- Pérez, B. (2011). *Planificación Estratégica Territorial. Aproximación teórica y práctica. El caso de la provincia de Málaga*. MADECA. España.
- Peleskai, C.; Pasquale R., Mineira F., Noel N. y Hender, C. (2010). *El ABC de la Investigación Guía didáctica. Tercera Edición*. Maracaibo Venezuela.
- Pellicer, F. y Ollero, A. (2004) *El Agua y la Ciudad, uno de los Principales Retos de la Humanidad en el S. XXI*. Boletín de la A.G.E. Nº 37 – 2004, págs. 3 -13. Universidad de Zaragoza. España.
- Pírela, A. (1996). *Modelo Colonial Hispano en la Arquitectura Residencial de Maracaibo*. Tesis Doctoral no publicada. Universidad Politécnica de Madrid. España.
- Posani, J. (1999). *Lineamientos de política de conservación*. Instituto de Patrimonio Cultural. Ministerio de la Secretaría de la Presidencia. Caracas/Venezuela.
- Primera, M. (2005). *Modelo de Gestión Turística del Patrimonio Cultural Edificado de Maracaibo, Trabajo Especial de Grado no publicado para obtener el título de Magíster Scintiarium en Planificación Integral para el Turismo*. Universidad del

- Zulia. Facultad de Arquitectura y Diseño. División de Estudios para Graduados. Maracaibo, Venezuela.
- Pulido J. y Sáez, A. (Coords.) Cárdenas, P. Hidalgo, C. Rodríguez, A. (2011). *Estructura general del mercado turístico*. Editorial Síntesis S.A. Madrid
- Ramírez, C (2003). *Gestión Administrativa para Empresas Turísticas*. Editorial Trilla, 2da edición México
- Ramírez, T. (1999). *Como hacer un proyecto de Investigación*. Caracas. Editorial Panapo.
- Rastrullo, M. (2005). *Módulo II. La Gestión de la Empresa Turística en un Contexto de Desarrollo Globalizado. Material del curso Gestión y Dirección de Empresas Turísticas del doctorado de Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible. Doctorado conjunto Universidad de Málaga-Universidad del Zulia, España*
- Reyes, G. y Colina, A. (2001). *Un Modelo para la Dinamización del Patrimonio. Trabajo Especial de Grado. Faculta de Humanidades y Educación. Universidad del Zulia. Maracaibo. Venezuela.*
- Reyes, G. (2011). *Visión Actual de las Posadas en la Península de Paraguaná (Venezuela): Un análisis de Posicionamiento. Tesis Doctoral no publicada. Departamento de Economía Aplicada. Universidad de Málaga. España.*
- Robles, J. (2004). *Turismo Religioso: Alternativa de apoyo a la preservación del patrimonio y desarrollo. [Documento en línea]. Disponible en: <http://sincronia.cucsh.udg.mx.salgado04.htm>. Consulta: 26/07/2013.*
- Rodríguez, M. (2001). *El Turista Cultural y Las Ciudades Históricas. Publicado en: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. Nº36. Sevilla.*
- Rodríguez, M.; Tzarzugaza, I. y Luque I. (2003). *Nuevos Tiempos, Nuevos Proyectos: Proyectos de Interpretación Patrimonial, Foro 7 "El Patrimonio Cultural: centros históricos y el patrimonio intangible" 2003. Espiral, animación de patrimonio. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.espiralpatrimonio.com>. Consulta: 02/12/2012.*
- Romero, L (1999). *Desarrollo de un Software Educativo para la promoción de las instituciones Museísticas del Municipio Maracaibo. Tesis de Magíster no publicado. Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín. Maracaibo, Venezuela.*
- Romero, I. (2007). *El Turismo Rural como Factor de Desarrollo Socioeconómico Sostenible en el Municipio Junín del Estado Táchira. Tesis Doctoral no publicada. Departamento de Economía Aplicada. Universidad de Málaga. España.*
- Rúa, A. (2001). *"El Patrimonio Intangible y la Conservación y Gestión de las Ciudades Históricas". Seminario Internacional de Ciudades Históricas Iberoamericanas. ICOMOS. Toledo. [Documento en línea]. Disponible en: www.esicomos.org. Consulta: 04/08/2013.*

- Ruiz C. (2012). *Evaluación de la Calidad del Sector Turismo en Ciudad Guayana Estado Bolívar. Universidad Nacional Experimental "Antonio José de Sucre" Vicerrectorado Puerto Ordaz. Departamento de Ingeniería Industrial Tesis sin publicar Ciudad Bolívar, Venezuela.*
- Sabino, C. (2000). *El Proceso de Investigación. Caracas, Venezuela. Nueva edición actualizada. Caracas: editorial Panapo.*
- Sánchez, J. (2000). *Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación, para la construcción del aprendizaje. Universidad de Chile. Chile.*
- Santana, A. (2005). *Antropología y turismo. España. Editorial Ariel. p 16*
- Schunk, D. (1997). *Teorías del Aprendizaje. México. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.*
- Sempere, M. (2000). *Maracaibo Ciudad y Arquitectura. Maracaibo. Ediciones Astro Data, C.A.*
- Serra, A. 2005. *Marketing Turístico. Madrid, España Ediciones Pirámide*
- Sierra, B. (1999). *Técnica de Investigación Social. Madrid. Editorial Paraninfo.*
- Silva, R. (2011), *Importancia del Consejo Comunal. [Documento en línea]. Disponible en: <http://desarrollosocialcomunitario.blogspot.com/> consultado 21/10/2013*
- Strauss, E. Fuenmayor, W. Romero, J. (1996). *Atlas Síntesis Histórico Demográfico del Estado Zulia. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.*
- Strauss, E.; Fuenmayor, W. y Romero, J. (2000). *Síntesis Socio-Histórica Cultural y Geográfica del Municipio Miranda. Cámara Municipal y Alcaldía del Municipio Miranda. Universidad del Zulia. Altagracia, Venezuela.*
- Talesnik, D. y Gutierrea, A. (2002). *Transformaciones de frentes de agua: la forma urbana como producto estándar. EURE (Santiago). [online]. sep. 2002, vol.28, no.84, p.21-31. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.scielo.cl/scielo>. Consulta: 04/07/2011*
- Torres, B. (Coord.), Esteve, R. Fuentes, R. Martín M. (2006). *"Estructura de Mercados Turísticos". Barcelona, España. Editorial UOC.*
- Torres, B. (2005). *El Potencial Turístico de los Territorios Periféricos Pontevedra. Rutas y redes temáticas en turismo rural. Material del curso Métodos y técnicas de investigación turística del doctorado de Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible. Doctorado conjunto Universidad de Málaga-Universidad del Zulia, España.*
- Torres, Y. (1989). *La enseñanza de las Manifestaciones del Folklore. Barquisimeto. UNERS.*
- Troitiño, L.; Rodríguez, A. e Hidalgo, C. (2010). *Nuevas tecnologías aplicadas al turismo. Una aplicación a la realidad aumentada. Revista Studi@. Editorial UDIMA. [Documento en línea]. Disponible en:*

<http://evidenciasudima.files.wordpress.com/2011/01nuevas-tecnologes3adas-aplicadas-al-turismo>. (última visita 20 junio 2013)

Trujillo. (1990). *Diseño de Encuestas Caracas*. Ediciones J.M.T.

Troitiño, Miguel. (1999). *Las Ciudades Históricas como Patrimonio Cultural y Recurso Turístico*. En BIGNÉ, E. ér López, D. –Dir.- *Planificación Territorial y Comercialización Turística*. Ed. Universidad de Jaume I, pp. 37-48.

Troitiño, M. (2000), *El Turismo Cultural en la Ciudades Españolas Patrimonio de la Humanidad*. En *Turismo Cultural: El Patrimonio Histórico como Fuente de Riqueza (Fundación de patrimonio Histórico de Castilla y León)*, Valladolid, España. Pp. 110 – 138.

Troitiño, M. (2002): “El Patrimonio Arquitectónico y Urbanístico como Recurso Turístico”, en García Marchante, J. S. et Poyato Holgado, M –coord.- *La Función Social del Patrimonio Histórico: el turismo cultural*, Cuenca: Universidad de Castilla- La Mancha, pp. 9-32.

Troitiño, M.; García, M. y Calle M. (2006) *Turismo y Ciudades Históricas: Metodología de Análisis a Escala Local*. En Lacosta, A. (2006) *Coordinador, Turismo y Cambio Territorial, IX Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación* Ed. Prensas Universitarias de Zaragoza. pp. 665-694.

Torres Bernier, E (2003). *Planteamiento Estratégico para la Gestión Turística de las Ciudades Intermedias de Interior* [Documento en línea]. Disponible en: http://www.naya.org.ar/turismo/congreso2003/ponencias/Enrique_Torres_Bernier.htm. Consulta 30/03/2008

Torres, Moré P. (2003). *El Patrimonio Histórico Cultural y Natural como factor de producción turística*. II Congreso Virtual de Turismo. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.antropología.com.at>. Consulta: 04/02/2013

Torres, Moré P. (2007). *Puesta en Valor del Patrimonio Cultural: Debemos Reflexionar*. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.atacamaoculto.cl/>. Consulta: 07/03/2013

Urdaneta, H. (1994). *Memoria Geográfica de la Costa Oriental del Lago de Maracaibo*. Edic. Centro Histórico de Cabimas. Maracaibo, Venezuela.

Vera; Rebollo; J. F. y otros. (2001). *Planificación y Gestión del Desarrollo Sostenible: Propuestas para la Creación de un Sistema de Indicadores*. Documento de Trabajo. Universidad de Alicante, Nº 1.

Vera, J., F. (coord.), López F.; Marchena, M. y Antón S. (2011). *Análisis Territorial del Turismo y Planificación de Destinos Turísticos*. Editorial Tiran lo Blanch. Valencia España.

Vera, F.; López F.; Marchena, M. y Antón, S. (1997). *Análisis territorial del turismo*. Editorial: Ariel. Barcelona, España.

Vila, M. A. (1978). *Antecedentes Coloniales de Centros Poblados de Venezuela*. Universidad Central de Venezuela, Caracas.

Villalobos, E. (2002). *Software Educativo para el Aprendizaje de la Geografía de Venezuela en Noveno Grado de Educación Básica*. Tesis de Magíster no publicado. Universidad Dr. Rafael Bellosó Chacín. Maracaibo.

Zouain, G. (2003). *Cultura y turismo en Las Ciudades Monumentales. El Papel del Patrimonio en la Ciudad*. UNESCO.

Periódicos y Revistas

Torres, B. (2005). *El Turismo es la expresión más pura del ocio*. PANORAMA Maracaibo. Estado Zulia Venezuela. [Documento en línea]. Disponible en: www.panodi.com. Consulta: 31/07/2005. Pág. B-7

Herrera, M. (2013). *Dudas económicas en consejos comunales*. El Universal. Caracas Venezuela, [Documento en línea]. Disponible en: www.eluniversal.com. Consulta: 21/10/2013.

Revista Digital Nueva Museología. (2013). *Artículos varios*. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.nuevamuseologia.com.ar/Glosario.htm>.

Instrumentos Legales Nacionales

Alcaldía de Miranda. (1960). *Iglesia Nuestra Señora de Altagracia, Decreto N° 26.320*. Gaceta Oficial de la República de Venezuela. No. 26.320 Promulgada Fecha: 02/08/1960.

Alcaldía de Miranda. (1981). *Declaratoria de Sitio de Valor Histórico Nacional al Centro Urbano de los Puertos de Altagracia. Decreto N° 3*. Gaceta Oficial de la República de Venezuela N°. 32.201, Promulgada: 02/04/1981

Alcaldía de Maracaibo. (1992). *Declaratoria de la Cuenca del Lago de Maracaibo como Patrimonio Histórico Ecológico de la ciudad de Maracaibo. Decreto N° 36*. Extraordinario de fecha 08/09/1992.

Alcaldía de Miranda. (1996). *Plan de Desarrollo Urbano Local de Altagracia. (PDUL Altagracia)*. Instituto de Investigación de la Facultad de Arquitectura y Diseño (IFAD) de la Universidad del Zulia (LUZ). Maracaibo, Venezuela.

Alcaldía de Miranda. (1999). *Declaratoria del Casco Urbano de Los Puertos de Altagracia como Sitio de Valor Histórico Nacional. Decreto N° 02-99 de fecha 08/11/1999*. Extraordinario de fecha 08/09/1992.

Alcaldía de Miranda. (1999). *Declarar Sitio de Valor Histórico Nacional del Casco Urbano de Los Puertos de Altagracia. Decreto N° 02-99*. Promulgada Fecha: 08/11/1999.

Alcaldía del Municipio Miranda. (2014). *Ordenanza sobre Turismo y recreación del Municipio Miranda*.

Asamblea Legislativa del Estado Zulia. (1989). *Ley de División Territorial del Estado Zulia*. Gaceta Oficial N° 136. Fecha 21/07/1989.

Asamblea Legislativa del Estado Zulia. (2009). Ley de Reforma Parcial de la Ley de División Político Territorial del Estado Zulia, denominada: "José Antonio Chávez". Gaceta Oficial del Estado Extraordinaria N° 1349. Fecha: 25/11/2009.

Asamblea Legislativa del Estado Zulia. (2012). Ley de Reforma Parcial de la Ley de División Político Territorial del Estado Zulia, denominada: "José Antonio Chávez". Suspensión de la Ley por el Tribunal Superior de Justicia, dado recurso de amparo del Alcalde Tiberio Bermúdez (Expediente: N° 2012-0536 de fecha 28/06/2012).

Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. (2002), Ley de los Consejos Locales de Planificación Pública Municipal (CLPPM). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 37.463. Fecha: 06/12/2002.

Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. (2007), Ley para Personas con Discapacidad. Gaceta Oficial N° 38.598. Fecha: 05/01/2007. Caracas,

Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. (2009). Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. Caracas, Venezuela. Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.908 del 19/02/2009.

Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. (2009). Ley Orgánica del Poder Público Municipal. Gaceta Oficial 39.163. Fecha: 22/04/2009. [Documento en línea]. Disponible en: www.asambleanacional.gov.ve.

Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. (2009). Ley Orgánica de los Consejos Comunales (LOCC). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N°. 39.335. Fecha: 28/12/2009.

Congreso Nacional de la República de Venezuela. (1945). Ley de Conservación y Protección de Antigüedades y Obras Artísticas de la Nación. Gaceta Oficial de los Estados Unidos de Venezuela N° 21.787. Fecha 15/08/1945.

Congreso de la República de Venezuela. (1983). Ley Orgánica para la Ordenación del Territorio. Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 3.238 Extraordinario. Fecha: 11/08/1983. Venezuela.

Congreso de la República de Venezuela. (1988). Ley Orgánica para la Ordenación Urbanística. Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 4.175. Caracas Venezuela.

Congreso de la República de Venezuela. (1989). Ley Orgánica de Régimen Municipal. Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 4.109. Extraordinaria Fecha: 15/06/1989. Caracas Venezuela.

Congreso de la República de Venezuela. (1997). Ley de Asignaciones Económicas Especiales (LAEE). Venezuela

Consejo Legislativo del Estado Zulia. (2001). Ley para la Protección e Integración de las Personas Discapacitadas en el Estado Zulia. Gaceta Oficial del Estado Zulia N° 662 Extraordinaria. Fecha 06/06/2001.

- Consejo Legislativo del Estado Zulia. (2000). *Ley de Cultura del Estado Zulia. Gaceta Oficial N° 593. Extraordinaria Promulgada: 29/05/2000.*
- CONAC, Consejo Nacional de la Cultura. (1975). *Ley de Consejo Nacional de Cultura y las Artes. Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley. Gaceta Oficial Extraordinario de la República de Venezuela N° 1.768. Fecha: 29/08/1975.*
- CONAC, Consejo Nacional de la Cultura. (3013). Artículos varios. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.conac.gov.ve/>. Consultada en: 08/08/2013.
- CONAVI, Consejo Nacional de la Vivienda (2013). Artículos varios. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.conavi.gov.ve/> Consultada en: 08/09/2013.
- CONZUPLAN, Consejo Zuliano de Planificación y Promoción. (1993). *Plan de promoción de inversiones y explotaciones del Estado Zulia.*
- CORPOZULIA, Corporación de Desarrollo de la Región Zuliana. (2005). Proyecto "Elaboración y Colocación de Señales Turísticas en el Municipio Miranda". Oficina de Ingeniería.
- CORPOZULIA, Corporación de Desarrollo de la Región Zuliana. (2010). Archivos Municipio Miranda. [Documento en línea]. Disponible en: [www.corpozulia.gob.ve/archivos.Miranda_2010_2011.pdf](http://www.corpozulia.gob.ve/archivos/Miranda_2010_2011.pdf). Consulta: 24/09/2013.
- CORZUTUR, Corporación Zuliana de Turismo. (1998). *Ley de Turismo del Estado Zulia. Gaceta Oficial N° 458. Extraordinaria Promulgada Fecha: 24/04/1998. Consejo Local del Municipio Miranda. Ordenanza sobre la organización y funcionamiento del Consejo local de Planificación.*
- CHZ, Cámara Hotelera del Estado Zulia. (2011). *Disponibilidad hotelera en el estado Zulia. [Documento en línea]. Disponible en: http://www.chzulia.org/la_camara.htm. Consulta: 04/11/2012.*
- Congreso de la República de Venezuela. (1993). *Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural (LPDPC). Gaceta Oficial de la República de Venezuela N°. 4.623, Extraordinaria. Promulgada: 03/09/1993.*
- Gobernación del Estado Zulia, (1998). *Decreto de creación del Servicio de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural del Estado Zulia. Gaceta Oficial N° 441. Extraordinaria de fecha 12/01/1998.*
- Gobernación del Estado Zulia. (2003). *Constitución del Zulia. Gaceta Oficial. Extraordinaria N° 772. De Fecha 13 de Agosto de 2003.*
- FUNDAPATRIMONIO, Fundación para la Protección y Defensa del Patrimonio Cultural de Caracas. (1994). *Pre-inventario de las parroquias caraqueñas. Venezuela.*
- IFAD, Instituto de Investigación de la Facultad de Arquitectura y Diseño. (1996). *Proyecto de Desarrollo Urbano Local de Los Puertos de Altagracia (PDUL Altagracia, 1996).*

- IFAD, Instituto de Investigación de la Facultad de Arquitectura y Diseño. (1996). Plan de Desarrollo Urbano Local – PDUL. Universidad del Zulia, Maracaibo Venezuela.*
- IFAD-LUZ, Instituto de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad del Zulia, (1997). Plan de Desarrollo Urbano Local de Altagracia (PDUL).*
- IFAD, Instituto de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura y Diseño. (2000). Sistema de Información Geográfica, para la Planificación del Turismo en el Estado Zulia (SIGTUR-ZULIA).*
- INE, Instituto Nacional de Estadística. (2011). Datos estadísticos del estado Zulia. XIV Censo de población y vivienda. Venezuela.*
- IPC, Instituto de Patrimonio y Cultura e IFAD, Instituto de Investigación de la Facultad de Arquitectura y Diseño. (1996-1997). Pre-inventario de Bienes Culturales del Estado Zulia,*
- IPC, Instituto del Patrimonio y Cultura. (1997). Proyecto Inventario Nacional del Patrimonio Cultural. Plataforma Conceptual. Edición propia. Caracas, Venezuela.*
- IPC, Instituto del Patrimonio y Cultura. (1998). Proyecto Inventario del Patrimonio Cultural Sitios Urbanos. Maracaibo, Venezuela*
- IPC, Instituto del Patrimonio y Cultura. (2010). “Catálogo del Patrimonio Cultural Venezolano”. Año 2004 – 2006. Región El Lago: ZU14. Municipio Miranda. Edición propia. Caracas, Venezuela. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.ipc.gov.ve/>*
- ISA, Centro de Investigación de la Facultad de Arquitectura y CEPAL, Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (1997). Plan de Desarrollo Urbano Local (PDUL) de Altagracia. Teorías de desarrollo de Meléndez (1997) y Pineda (1995).*
- FIDES, Fondo Intergubernamental para la Descentralización (2013) Artículos varios. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.fides.gov.ve/>. Consulta: 24/10/2013.*
- Junta Nacional Protectora y Conservadora del patrimonio Histórico y Artístico de la Nación. (1960). Ley de Protección y Conservación de Antigüedades y Obras Artísticas de la Nación. Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 26.320. Fecha: 02/08/1960.*
- Junta Nacional Protectora y Conservadora del Patrimonio Histórico y Artístico de la Nación. (1981). Declaratoria del Centro Urbano de Los Puertos de Altagracia como Sitio de Valor Histórico Nacional. Gaceta Oficial N° 32.201. Fecha: 02/04/1981.*
- MARN, Ministerio del Ambiente y Recursos Naturales. (1986). Plan Regional de Ordenación Territorial. Caracas, Venezuela.*

- MARNR, *Ministerio del Ambiente de los Recursos Naturales Renovables*. (2001). *Ley de Zonas Costera*. *Gaceta Oficial* N° 37.319. Promulgada Fecha: 07/11/2001.
- MARNR, *Ministerio del Ambiente de los Recursos Naturales Renovables*. (2001). *Ley Orgánica de Espacio Acuático e insulares*. *Gaceta Oficial Extraordinaria* N° 37.290. Promulgada: Sep. 2001.
- MARNR, *Ministerio del Ambiente de los Recursos Naturales Renovables*. (2001). *Ley de Zonas Especiales de Desarrollo Sustentable (ZEDES)*. *Gaceta Oficial* N° 5.556. De 13-11-2001
- MARNR, *Ministerio del Ambiente de los Recursos Naturales Renovables*. (2001). *Plan de Ordenación y Reglamento de uso del Refugio e Fauna Silvestre y Reserva Pesca Ciénaga Los Olivitos*. Caracas, Venezuela.
- MC, *Ministerio de la Cultura*. (1975). *Ley del Consejo Nacional de la Cultura*. *Gaceta Oficial de la República de Venezuela* N° 1768 (Extraordinaria). Fecha: 29/08/1975.
- MC, *Ministerio de la Cultura*. (1993). *Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural*. IPC, *Instituto del Patrimonio Cultural*. *Gaceta Oficial de la República de Venezuela* N° 4623 (Extraordinaria). Fecha: 03/09/1993. Venezuela
- MINDUR, *Ministerio de Desarrollo Urbano*. (1988). *Dirección General Sectorial de Desarrollo Urbanístico y la Dirección de Planes Especiales del Ministerio de Desarrollo Urbano*. *Estudio de Conservación y Renovación Urbana del Área de Valor Histórico Tradicional de la Población Altagraciana del Estado Zulia*. Octubre, 1988. Caracas, Venezuela.
- MINDUR, *Ministerio de Desarrollo Urbano*. (1993). *Plan Rector de Desarrollo Urbano*. Altagracia. Caracas, Venezuela.
- MINTUR, *Ministerio del Poder Popular para el Turismo*. (2006). *Plan Nacional Estratégico del Turismo 2007-2012, Plan de Marketing Turístico de Venezuela*
- MINTUR, *Ministerio del Poder Popular para el Turismo*. (2009). *Ley de Crédito para el Sector Turismo*. *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela* N° 39.251. Fecha: 27/08/2009.
- MINTUR, *Ministerio del Poder Popular para el Turismo*. (2012). *Plan Nacional Estratégico (2013 – 2020)*. INATUR. Caracas, Venezuela.
- MNTUR, *Ministerio para el Poder Popular del Turismo*. (2012). *Ley Orgánica de Turismo (LOT)*. Decreto N° 9.044 con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánico de Turismo. *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela* N° 39.955. Extraordinario. Fecha: 15/06/2012.
- MINTUR, *Ministerio de Turismo*. (1976). *Ley Orgánica de Ambiente*. *Gaceta Oficial* N° 31.004. Fecha: 16/06/1976. Caracas, Venezuela.
- MINTUR, *Ministerio del Turismo*. (2002). *Plan Nacional Estratégico de Turismo (2003-2007)*. Caracas, Venezuela.

- MNTUR, Ministerio de Turismo. (2014) Artículos varios. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.mintur.gov.ve/estadisticasTurphp> (última visita: 15/02/2014)
- MINFRA, Ministerio de Infraestructuras. (1983). Ley Orgánica para la ordenación del territorio (LOOT). Caracas, Venezuela.
- MINFRA, Ministerio de Infraestructuras. (1987). Ley Orgánica de Ordenación Urbanística (LOOU). 1987. Gaceta Oficial Nº 33.868 del 16/12/1987.
- MPD, Ministerio de Planificación y Desarrollo. (2000). Plan Nacional de Desarrollo Económico Social de la Nación (2001-2007). Caracas, Venezuela.
- MPD, Ministerio de Planificación y Desarrollo. (2011). Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación (2013-2017). Caracas, Venezuela.
- MPD, Ministerio de Planificación y Desarrollo. (2012). Programa de la Patria 2013-2019. Caracas, Venezuela.
- MPPC, Ministerio del Poder Popular para la Cultura. (2006). Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural. IPC, Instituto del Patrimonio Cultural. Decreto Nº 6.414. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela Nº 39.037. Fecha: 14/10/2008.
- OMT, Organización Mundial del Turismo. (1978). Evaluación de los recursos turísticos.
- OMT, Organización Mundial del Turismo (1995). Carta de Turismo Sostenible de Lanzarote. Islas Canarias, España.
- OMT, Organización Mundial del Turismo. (1998). Introducción al Turismo. Madrid España.
- OMT, Organización Mundial del Turismo. (1999). Guía para Administradores Locales: Desarrollo Turístico Sostenible, Edición Una publicación de Turismo y Medioambiente. Madrid, España.
- OMT, Organización Mundial del Turismo. (2004). Agenda para Planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal, Edición para América Latina y el Caribe. Madrid España.
- PNUMA, Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y OMT, Organización Mundial del Turismo. (2006). Por un Turismo más Sustentable: Guía para responsables políticos. París,
- Presidencia de la República Bolivariana de Venezuela. (1999). Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela. Nº. 36.860. Fecha: 30/12/1999.
- Presidencia de la República Bolivariana de Venezuela. (2013). Programa de la Patria para la Gestión Bolivariana Socialista 2013-2019. [Documento en línea]. Disponible en: www.Chavez.org.ve/programa-patria.2013/socialismo-bolivariano. Consulta: 13/12/2013.

SIGTUR-ZULIA, Sistema de Información Geográfica Turística para la Planificación del Turismo del Estado Zulia: (2000). Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad del Zulia, Venezuela.

República de Venezuela. (1988). Ley Orgánica de Ordenación Urbanística. Gaceta Oficial N° 4.175. Caracas, Venezuela.

(1989). Ley Orgánica de Régimen Municipal. Gaceta Oficial. N° 4.109 Extraordinaria del 15/06/1989.

(2005). Ley Orgánica del Poder Público Municipal [Documento en línea]. Disponible en: www.asambleanacional.gov.ve

(2002). Ley de los Consejos Locales de Planificación Pública Municipal (CLPPM). Gaceta Oficial N° 37.463. De 06/12/2002.

(2009). Ley Orgánica de los Consejos Comunales – LOCC. Gaceta Oficial de la república Bolivariana de Venezuela N°. 39.335. Promulga el 28/12/2009.

(2006). Ley de Protección y Defensa Del Patrimonio Cultural y su Reglamento, Instructivo que regula el registro general del patrimonio cultural venezolano y el manejo de los bienes que lo integran, IPC, Venezuela.

(2009). Ley de Financiamiento Turística

Instrumentos Legales Internacionales

AIEST, Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (1991). N° 41. [Documento en línea]. Disponible en: www.iet.tourspain.es/img-iet/...RET-124-1994-pag56-64-74087.pdf.

CMMAD, Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas. (1987). Nuestro futuro común” (Informe Brundtland). [Documento en línea]. Disponible en: www.un.org/depts/dhl/sapnish/resguids/specenvsp.htm

Comisión Mundial para el Ambiente y Desarrollo. (1987). [Documento en línea]. Disponible en: www.unep.org/geo/GEO3/spanish/050.htm

CCE, Comisión de la Unión Europea. (1993). Tratado de Maastrih. [Documento en línea]. Disponible en: europa.eu>EUROPA>Funcionamiento de la UE>Historia>1990-1999

CCE, Commission des Coummunautés Euroéennes. (1993). Le Turisme Culturel en Europe, DGXIII, Bruselas. [Documento en línea]. Disponible en: www.turismoculturallun.org.ar. Consulta: 06/09/2013.

Consejo de Europa. (1975). Carta Europa del Patrimonio Arquitectónico Comité de Ministros. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.mcu.es/patrimonio/cp/ccr/docs/AMSTERDA.pdf>

Conserjería de Cultura de la Junta de Andalucía. (2014). [Documento en línea]. Disponible en: www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte/web. Última consulta. 18/12/2014.

Diccionario: *De la Real academia Española*. [En línea]. Disponible en: <http://www.rae.es/>. Última consulta: 28/11/2013.

Diccionario: *Glosario de Términos Turísticos* [En línea]. Disponible en: <http://members.Tripod.com/eduTurismo/>. Última consulta: 24/11/2013.

EUROPARC-España, Federación de Parques Naturales y Nacionales de Europa. (1995). *Carta del Turismo Sostenible*. Conferencia Mundial de Turismo Sostenible. Lanzarote, Islas Canarias, España.

ICOMOS, Congreso Internacional de Arquitectos y Técnicos de Monumentos Históricos. (1931). *Carta de Atenas*. Atenas, Grecia.. [Documento en línea]. Disponible en: www.mcu.es/patrimonio/cp/ccr/docs/carta_de_atenas.pdf.

ICOMOS, Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Históricos-Artísticos. (1965). *Carta de Venecia*. II Congreso Internacional de Arquitectos y Técnicos de Monumentos Históricos. (1964). Venecia. [Documento en línea]. Disponible en: http://www.internacional.icomos.org/venice_sp.htm

ICOMOS, Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Históricos-Artísticos – (1967). “*Conservación y Utilización de Monumentos y Lugares de Interés de la Histórico y Artístico*”. Las Normas de Quito. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.international.icomos.org/centre-doc-icomos@unesco.org>

ICOMOS, Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Históricos-Artísticos. (1967). *Reunión sobre Conservación y Utilización de Monumentos y Lugares de Interés Histórico y Artístico*. Normas de Quito. Quito, Ecuador. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.internacional.icomos.org/quito67.htm>.

ICOMOS, Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Históricos-Artísticos. (1976). *Carta Internacional sobre el Turismo Cultural Adoptada: noviembre de 1976*. Bruselas. [Documento en línea]. Disponible en: 04/10/2013

ICOMOS, Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Históricos-Artísticos. (1976), *Carta de Turismo Cultural*. Bélgica: Comité Científico Internacional de Itinerarios Culturales (CIIC). [Documento en línea]. Disponible en: http://www.esicomos.org/Nuevas_carpetas/INDEX_2Esicomos.htm

ICOMOS, Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Históricos-Artísticos – (1986). “*Carta Internacional para la Conservación de la Ciudades Históricas*”. Toledo. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.mcu.es/patrimonio/cp/ccr/docs/TOLEDO.pdf>

ICOMOS, Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Históricos-Artísticos. (1999). *Carta Internacional sobre Turismo Cultural. La gestión del turismo en los sitios con Patrimonio Cultural Significativo*. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.international.icomos.org/center-doc-icomosnesco.org>

ICOMOS, Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Históricos-Artísticos. (1999). “*Carta Internacional para la Conservación de Ciudades y Áreas Urbanas Históricas*”. 1987. Washington. [Documento en línea]. Disponible en: [://www.international.icomos.org/center-doc-icomosnesco.org](http://www.international.icomos.org/center-doc-icomosnesco.org)

ICOMOS, *Comité Internacional de Monumentos y Lugares de Interés Histórico-Artístico*. (1999). *Carta Internacional Sobre Turismo Cultural*.

ICOMOS, *Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Históricos-Artísticos*. (2004). *Carta de Ename para la Interpretación de lugares pertenecientes al patrimonio cultural*. Ciudad de México. [Documento en línea]. Disponible en: [://www.esicomos.org/Nueva-carpeta/info-cartaENAMEesp.htm](http://www.esicomos.org/Nueva-carpeta/info-cartaENAMEesp.htm)

ICOMOS, *Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Históricos-Artísticos*. (2013). *Artículos varios*. [Documento en línea]. Disponible en: http://www.esicomos.org/Nuevas_carpetas/INDEX_2Esicomos.htm.

IET, *Instituto de Estudios Turístico de España*. (2014), *Centro de Documentación Turística de España. Movimiento Turístico en Fronteras (FRONTUR) Madrid, España*. [Documento en línea]. Disponible en: www.iet.tourspain.es. Última visita: 15/02/2014.

OMT, *Organización Mundial del Turismo*. (1980). *Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial. Manila Filipinas*. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.microcomercio.gov.co>

OMT, *Organización Mundial del Turismo*. (1980). *Declaración de Manila. Turismo Mundial. Manila, Filipinas*.

OMT, *Organización Mundial del Turismo*. (1985). *Carta del Turismo y Código del Turista. Sofía, Bulgaria*. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.apiepr.org/files/carta-codigo-turista.pdf>

OMT, *Organización Mundial del Turismo*. (1986). *Congreso Internacional Acuerdo de Noto. Perspectivas para la conservación y la Recuperación del Centro Histórico-Carta De Noto. Noto Siracusa*. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.mcu.es/patrimonio/cp/ccr/docs/cartdenotospa.pdf>

OMT, *Organización Mundial del Turismo*. (1989). *Declaración de la Haya sobre Turismo Promulgada por la Conferencia Interparlamentaria sobre Turismo (UIP)*. Lugar: La Haya, Países Bajos.

OMT, *Organización Mundial del Turismo*. (1995). *Carta Mundial del Turismo Sostenible. Conferencia Mundial de Turismo Sostenible. Lugar: Lanzarote, Islas Canarias, España*. [Documento en línea]. Disponible en: www.turismo-sostenible.org última visita abril 2012.

OMT, *Organización Mundial del Turismo*. (1997). *Conferencia Internacional de Ministros del Ambiente sobre Biodiversidad y Turismo. Foro para el Turismo Sostenible. Declaración de Berlín*. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.turismo.net/sostenible/berlin.html>

OMT, *Organización Mundial del Turismo*. (1999). *Código Ético Mundial Para El Turismo. Aprobado por la Asamblea General de la OMT y refrendado por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 2002. Cuadernos Técnicos de Turismo*.

- OMT, Organización Mundial del Turismo. (2000). *Carta de Cracovia. Principio para la Conservación y Restauración del Patrimonio Construido*. [Documento en línea]. Disponible en: www.ipce.mcu.es/cracovia/. Consulta: 21/05/2013.
- OMT, Organización Mundial del Turismo. (2006). *Programa de Naciones Unidas para el medio Ambiente "PNUMA"*.
- OMT, Organización Mundial del Turismo. (2014). *Barómetro OMT del Turismo Mundial y Anexo Estadístico*. [Documento en línea]. Disponible en: http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom11_1_key_trends_web_en.pdf (último acceso: 15 de febrero de 2014).
- OMT, Organización Mundial del Turismo. (2014). Sala de Prensa. *El Turismo Internacional supera las expectativas con 52 millones llegadas internacionales adicionales en 2013*. [Documento en línea]. Disponible en: <http://unwto.org/es> (último acceso: 15 de febrero de 2014).
- OMT, Organización Mundial del Turismo. (2014). Artículos varios. [Documento en línea]. Disponible en: <http://unwto.org/es>. Consulta: 15/02/2014..
- UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1980). *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Viajes Internacionales y Turismo*. Roma. [Documento en línea]. Disponible en: www.unwto.org/node/37
- UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1972). *Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural. Definiciones del Patrimonio Mundial Cultural y Natural*. Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Artículo 1. París, Francia. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.prodiversitas.bioetica.org/doc22.htm>. Consulta: 07/10/2013.
- UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1980). *Estrategia Mundial para la Conservación. Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza / Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas / World Wildlife Fund*. [Documento en línea]. Disponible en: www.unep.org/geo/GE03/spanish/049.htm
- UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1982). *Declaración de México sobre las Políticas Culturales*. Conferencia mundial sobre las políticas culturales. México DF. [Documento en línea]. Disponible en: www.unesco.org última visita abril 2012.
- UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1989). *Recomendación sobre la Salvaguarda de la Cultural tradicional y Popular*. Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Paris. [Documento en línea]. Disponible en: www.unesco.org
- UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1992). *Convención del Cambio Climático, Convención de la Diversidad Biológica y Agenda 21*. Conferencia de las Naciones Unidas sobre

el Medio Ambiente y Desarrollo en Río de Janeiro sobre Medio Ambiente y Desarrollo. [Documento en línea]. Disponible en: www.un.org/sapnish/esa/sustdev/agenda21/riodeclaratiun.htm.

UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1992). Patrimonio Mundial de la Humanidad. Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Madrid, España. [Documento en línea]. Disponible en: http://whc.unesco.org/world_es.htm

UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2002). Conferencia Mundial sobre el Desarrollo Sostenible en Johannesburgo Comisión sobre el Desarrollo Sostenible. [Documento en línea]. Disponible en: www.un.org/sapnish/esa/sustdev/WSSDsp_PD.htm.

UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2003). Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial. Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - París. [Documento en línea]. Disponible en: http://whc.unesco.org/world_es.htm

ANEXOS

LISTA DE ANEXOS

Anexo I.	Sectorización Urbana Parroquia Altagracia y Ubicación del Casco Central.....	340
Anexo II.	Modelo de Fichas de Registro para el inventario de Recursos Turísticos	341
	Ficha de Registro 1. Inventario de Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda. Categoría Naturales (Abióticos): Tipos: Hídricos (Modelo).	341
	Ficha de Registro 2. Inventario de Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda. Categoría Naturales (Abióticos): Tipos: Costas (Modelo).	342
	Ficha de Registro 3. Inventario de Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda. Categoría Naturales (Abióticos): Tipos: Clima (Modelo).	343
	Ficha de Registro 4. Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles, Tipo Edificaciones Históricas Culturales (Modelo).	344
	Ficha de Registro 5. Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo Sectores Urbanos (Modelo).	345
	Ficha de Registro 6. Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo Obras de Arte (Modelo).	346
	Ficha de Registro 7. Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles. Tipo Acontecimiento Programado (Modelo).	347
	Ficha de Registro 8. Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles. Tipo: Manifestaciones Populares. (Modelo)	348
	Ficha de Registro 9. Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangible. Tipo: Manifestaciones Artísticas. (Modelo)	349
Anexo III.	Modelo de Fichas de Registro para el inventario de Facilidades Turísticos	350
	Ficha de Registro 10. Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Turístico. Tipo Alojamiento (Modelo).	350
	Ficha de Registro 11. Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Esparcimiento (Modelo).	352
	Ficha de Registro 12. Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Alimentos y Bebidas (Modelo).	353
	Ficha de Registro 13. Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario. Tipo: Eventos Programados (Modelo).	354
	Ficha de Registro 14. Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Servicios Turísticos, Tipo Información Turística (Modelo).	355
	Ficha de Registro 15. Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Servicios Turísticos, Tipo Financieros (Modelo).	356
	Ficha de Registro 16. Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría: Servicio Turístico. Tipo: Transporte Terrestre. (Modelo).	357
	Ficha de Registro 17. Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría: Servicio Turístico. Tipo: Transporte Acuático. (Modelo).	358
	Ficha de Registro 18. Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría: Servicio Turístico. Tipo: Conexos al Transporte Acuático. (Modelo).	359

	Ficha de Registro 19. Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría: Accesibilidad y Transporte Tipo: Vialidad. (Modelo).....	360
Anexo IV.	Modelo de Encuesta Dirigida a los Habitantes de Los Puertos de Atagracia	361
Anexo V.	Modelo de Encuesta Dirigida a los Visitantes	363
Anexo VI.	Inventario de los Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda	367
	Ficha de Registro 20. Inventario de Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda. Categoría Naturales (Abióticos): Tipos: Clima	367
	Ficha de Registro 21. Inventario de Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda. Categoría Abiótico. Tipo Hídrico Estrecho del Lago de Maracaibo	368
	Ficha de Registro 22. Inventario de Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda. Categoría: Naturales Abióticos Tipo: Hídrico. Ciénaga el Buque	369
	Ficha de Registro 23. Inventario de Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda. Categoría Abiótico. Tipo Hídricos Ciénaga Los Olivitos	370
	Ficha de Registro 24. inventario de Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda. Categoría Abiótico Tipo Hídricos / Costas: Playa Quisiro	371
	Ficha de Registro 25. inventario de Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda. Categoría Abiótico Tipo Hídricos / Costas: Playa Punta Vigía.....	372
Anexo VII.	Inventario de Recursos Turísticos Culturales Tangible	373
	Ficha de Registro 26. inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo Edificaciones Históricas Culturales	373
	Ficha de Registro 27. Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo Edificaciones Históricas Culturales “Museo Centro Histórico”	374
	Ficha de Registro 28. inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo Edificaciones Históricas Culturales MUSEO DEL HOMBRE	375
	Ficha de Registro 29. inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo Edificaciones Históricas Culturales Casa Museo “GABRIEL BRACHO”	375
	Ficha de Registro 30. Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo Edificaciones Históricas Culturales Casa la Mansión de los Lobos	377
	Ficha de Registro 31. Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo: Sectores Urbanos. Sector urbano Casco Histórico de Los Puertos de Atagracia	378
	Ficha de Registro 32. Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo: Sectores Urbanos. Plaza Simón Bolívar.....	379
	Ficha de Registro 33. inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo: Sectores Urbanos. Plaza Francisco de Miranda	380
	Ficha de Registro 34. Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo: Sectores Urbanos Ambientales Complejos Ferial La Estacada.	381
	Ficha de Registro 35. Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo: Sectores Urbanos Ambientales Bulevar costanero Almirante Padilla.	382
Anexo VIII.	Inventario de Recursos Turísticos Culturales Intangible	383
	Ficha de Registro 36. inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles. Tipo Acontecimiento Programado Fiestas patronales en Honora la Virgen de Atagracia	383

Ficha de Registro 37.	inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles. Tipo: Acontecimiento Programado. Fiestas en honor a San Benito.....	384
Ficha de Registro 38.	inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles. Tipo Acontecimiento Programado. Paseo de la Virgen de Altagracia por el lago.....	385
Ficha de Registro 39.	inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles. Tipo Acontecimiento Programado. La Vuelta al Terruño y Feria Popular.....	386
Ficha de Registro 40.	inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles Tipo: Manifestaciones Populares. Vía Crucis viviente.....	387
Ficha de Registro 41.	Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles Tipo: Manifestaciones Populares. Gastronomía tradicional a base de pescado, comida en coco, variedad de dulces y postres.....	388
Ficha de Registro 42.	Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles Tipo: Manifestaciones Populares. Juegos jocosos sector El Calvario.....	389
Ficha de Registro 43.	inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles. Tipo: Manifestaciones Populares. Modo de hablar del lugareño.....	390
Ficha de Registro 44.	Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles. Tipo: Manifestaciones Populares. Encuentro Regional de Chimbangles.....	391
Ficha de Registro 45.	inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles. Tipo: Manifestaciones Populares. Peleas de gallo.....	392
Anexo IX.	Inventario de Facilidades Turísticas.....	393
Ficha de Registro 46.	Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Turístico. Tipo Alojamiento “Ola Beach Altagracia”.....	393
Ficha de Registro 47.	Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Turístico. Tipo Alojamiento Hotel Bar RestauranteTakiko).....	394
Ficha de Registro 48.	Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Turístico. Tipo Alojamiento Posada Playa Blanca E.....	395
Ficha de Registro 49.	Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Turístico. Tipo Alojamiento Hotel Residencias Incas.....	396
Ficha de Registro 50.	Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Turístico. Tipo Alojamiento. Hotel Playa La Portela.....	397
Ficha de Registro 51.	Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Esparcimiento Complejo Recreacional Turístico Playa Aventura.....	398
Ficha de Registro 52.	Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Esparcimiento Complejo Recreacional Turístico Vacacional La Guacoa.....	399
Ficha de Registro 53.	Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Alimentos y Bebidas Restaurante “Linda Barinas”.....	400

Ficha de Registro 54.	Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Alimentos y Bebidas Restaurante San Roque.	401
Ficha de Registro 55.	Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Alimentos y Bebidas: Bar Restaurante La Nueva Posada.....	402
Ficha de Registro 56.	Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Alimentos y Bebidas Restaurante La Cueva del Búfalo.	403
Ficha de Registro 57.	Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Alimentos y Bebidas Restaurante El Palafito de Nuestra Señora de Atagracia.....	404
Ficha de Registro 58.	Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Alimentos y Bebidas Pizzería: “La Gran Pizza”.	405
Ficha de Registro 59.	Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Alimentos y Bebidas Restaurante: “María Paula”.	406
Ficha de Registro 60.	Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Alimentos y Bebidas Heladería Mundo Sonrisa.	407
Ficha de Registro 61.	Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría: Servicio Turístico. Tipo: Transporte Acuático. Lanchas “SENTRA”.	408
Ficha de Registro 62.	Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría: Servicio Turístico. Tipo: Conexos al Transporte Acuático. Muelle de Los Puertos de Atagracia.	409
Anexo X.	Accesibilidad y Transporte	410
Ficha de Registro 63.	Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría: Accesibilidad y Transporte Tipo: Vialidad.....	410
Ficha de Registro 64.	Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría: Accesibilidad y Transporte Tipo: Vialidad.....	411
Ficha de Registro 65.	Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría: Accesibilidad y Transporte Tipo: Vialidad.....	412
Ficha de Registro 66.	Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría: Accesibilidad y Transporte Tipo: Vialidad.....	413
Anexo XI.	Lista de Inventario de Recursos Naturales, Culturales, Facilidades	414
	Lista 1. Recursos Turísticos Naturales. Categoría Abiótico - Bióticos.....	414
	Lista 2. Recursos Culturales Tangibles	414
	Lista 3. Recursos Culturales Tangibles	415
	Lista 4. Recursos Culturales Intangibles	416
	Lista 5. Recursos Culturales Intangibles	417
	Lista 6. Recursos Facilidades Turísticas	418
	Lista 7. Recursos Facilidades Turísticas	419
Anexo XII.	Fiabilidad de las Variables	420
	Lista 8. Estadísticos total-elemento.....	420
	Lista 9. Estadísticos total-elemento.....	421
Anexo XIII.	Modelo de Encuesta: Percepción de los expertos acerca de las potencialidades y estrategias para la puesta en valor de Los Puertos de Atagracia”. Dirigida a los Expertos. 1era Circulación.....	422

Anexo XIV.	Modelo de Encuesta: Percepción de los expertos acerca de las potencialidades y estrategias para la puesta en valor de Los Puertos de Altagracia”. Dirigida a los Expertos. 2da Circulación	430
Anexo XV.	Resultado de la Percepción de los Expertos acerca de las potencialidades y estrategias para la puesta en valor de Los Puertos de Altagracia. dirigida a los Expertos. 1era y 2da Circulación	442
Lista 10.	Planificación y Gestión Turística.....	442
Lista 11.	Oferta (recursos naturales y culturales).....	447
Lista 12.	Demanda Turística	450
Lista 13.	Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos.....	452
Lista 14.	Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano.	455
Lista 15.	Planificación y Gestión Turística.....	457
Lista 16.	Oferta (recursos naturales y culturales).....	460
Lista 17.	Demanda Turística	464
Lista 18.	Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos.....	465
Lista 19.	Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano	467
Lista 20.	Planificación y Gestión Turística.....	469
Lista 21.	Oferta (recursos naturales y culturales).....	473
Lista 22.	Demanda Turística	475
Lista 23.	Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos.....	478
Lista 24.	Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano	480
Lista 25.	Potencial Turístico de los recursos naturales	483
Lista 26.	Potencial Turístico de los recursos culturales tangibles.....	486
Lista 27.	Potencial Turístico de los recursos culturales intangibles.....	490

Anexo I. Sectorización Urbana Parroquia Altagracia y Ubicación del Casco Central



Sectorización Urbana Parroquia Altagracia y Ubicación del Casco Central

Fuente: Adaptación propia; PDUL 1996

Anexo II. Modelo de Fichas de Registro para el inventario de Recursos Turísticos

Ficha de Registro 1. **Inventario de Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda. Categoría Naturales (Abióticos): Tipos: Hídricos (Modelo).**

Los Puertos de Atagracia y su puesta en valor turístico

Inventario de los Recursos Turísticos Naturales Categoría: Natural Abióticos Tipo: Hídricos

Encuestador:		Fecha:		
Código:	3. Fotografía:	4. Límites geográficos		
1. Informante				
2. Identificación del Recurso:				
Nombre:				
Dirección:				
Parroquia:				
5. Clase:	Mares:	Laguna:	Aguas termales:	Quebradas:
	Lago:	Ciénaga:	Embalse:	Otro:
	Río:	Manantiales:	Caños:	
6. Descripción:				
7. Figura legal de protección	Posee:	Público:	Privado:	
8. Flora	Si: No:	Especifique		
9. Fauna	Si: No:	Especifique		
10. Características del agua	Temperatura:		Color:	
	Calidad del agua: Buena		Regular:	Mala:
11. Característica de los suelos	Naturaleza:	Arenosos:	Rocosos:	Arcillosos:
	Otros:			
	Color:			
12. Uso Actual	Turístico Recreacional:		Pesca	Otro:
	Navegación:		Deportes Náutico:	
13. Uso Potencial	Juegos:		Paseos	Deportivos
	Contemplación y Esparcimiento:		Socio culturales	
14. Accesibilidad	Existe: No existe:			
	Tipo de Accesibilidad: Terrestre:		Carretera pavimentada:	
	Fluvial:		Senda:	
	Lacustre:		Carretera Engranonada:	
15. Zonas Navegables:	Si:	No:		
	Tipos:	Ferris	Catamaranes:	Lanchas:
		Canoas	Piraguas:	Otras:
16. Zonas aptas para el baño	Existencia de zonas: Si: No:			
	Existe, sin contabilidad:		Existe con contabilidad:	No existe:
17. Servicio al visitantes	Alimentos y Bebidas:		Guías Turística:	Muelles
	Miradores:		Señalización Vial :	Balnearios
	Sanitarios:		Señalización Turística:	Ninguno:
	Transporte		Seguridad vial	Otros:
18. Restricciones	Legales :		Ecológicas:	
19. Actividades:	Programadas:	Forma libre:	Ninguna:	
20. Observaciones:				

Fuente: Elaboración propia a partir de Caldera et al. (2000) y CORPOZULIA 2005.

Ficha de Registro 2. **Inventario de Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda. Categoría Naturales (Abióticos): Tipos: Costas (Modelo).**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos Naturales
Categoría: Natural Abióticos
Tipo: Costas**

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Límites geográficos	
1. Informante			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Dirección:			
Parroquia:			
5. Clase:	Playa:	Barra:	Bahía: Otro:
7. Descripción:			
8. Figura legal de protección	Posee:	Público:	Privado:
9. Flora	Si: No:	Especifique	
10. Fauna	Si: No:	Especifique	
11. Características del agua	Temperatura:	Color:	
	Calidad del agua: Buena	Regular:	Mala:
12. Característica de los suelos	Naturaleza:	Arenosos:	Rocosos: Arcillosos:
	Otros:		
	Color:		
13. Uso Actual	Turístico Recreacional:	Pesca	Otro:
	Navegación:	Deportes Náutico:	
14. Uso Potencial	Juegos:	Paseos	Deportivos
	Contemplación y Esparcimiento:	Socio culturales	
15. Accesibilidad	Existe: No existe:		
	Tipo de Accesibilidad: Terrestre:	Carretera pavimentada:	
	Fluvial:	Senda:	
16. Zonas Navegables:	Lacustre:	Carretera Engranazonada:	
	Si: No:		
	Tipos: Ferris	Catamaranes:	Lanchas:
17. Zonas aptas para el baño	Canoas	Piraguas: Otras:	
	Existencia de zonas: Si: No:		
	Existe, sin contabilidad:	Existe con contabilidad:	No existe:
18. Servicio al visitantes	Alimentos y Bebidas:	Guías Turística:	Muelles
	Miradores:	Señalización Vial :	Balnearios
	Sanitarios:	Señalización Turística:	Ninguno:
	Transporte	Seguridad vial	Otros:
Restricciones	Legales :	Ecológicas:	
Actividades:	Programadas:	Forma libre:	Ninguna:
Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia a partir de Caldera et al. (2000) y CORPOZULIA (2005).

Ficha de Registro 3. **Inventario de Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda. Categoría Naturales (Abióticos): Tipos: Clima (Modelo).**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos Naturales
Categoría: Natural Abióticos
Tipo: Clima**

Encuestador:		Fecha:
Código:	3. Fotografía:	4. Límites geográficos
1. Informante		
2. Identificación del Recurso:		
Nombre:		
Dirección:		
Parroquia:		
5. Clase:	Tropical:	
7. Descripción:		
8. Características del Clima	Mes de Máxima Temperatura:	Máxima Temperatura Promedio Anual:
	Mes de Mínima Temperatura	Mínima Temperatura Promedio Anual:
	Mes de Máxima Humedad	Máxima Humedad Promedio Anual
	Mes de Mínima Humedad:	Mínima Promedio Anual:
	Período Máxima Precipitación:	Período de Mínima Precipitación:
	Período Máxima Ventilación:	Período Mínima Ventilación:
	Período Máxima Radiación:	Período Mínima Radiación:
Observaciones:		

Fuente: Elaboración propia a partir de Caldera et al. (2000) y CORPOZULIA (2005).

Ficha de Registro 4. **Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles, Tipo Edificaciones Históricas Culturales (Modelo).**

Los Puertos de Atagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Tangibles
Tipo: Edificaciones Históricas**

Encuestador:		Fecha:		
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación		
1, Informante:				
2. Identificación del Recurso:				
Nombre:				
Dirección:				
Parroquia:				
5. Clase:	Iglesia:	Fuente:	Museo:	Administrativo:
	Capilla:	Puente:	Teatro:	Comercial:
	Convento:	Sitio Histórico:	Casa de la Cultura:	Deportivo:
	Fortaleza:	Sitio Conmemorativo:	Residencial:	Militar: Otro:
6. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : Estatal : Todas :			
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna			
	Nacional Municipal. Municipal:			
7. Descripción:				
8. Proyectista:				
9. Adscripción	Pública:	Privada:	Mixta:	Desconocida:
Ente adscrito:				
10. Uso Original	Residencial:	Cultural:	Administrativo:	
	Educacional:	Turístico:	Religioso:	
	Comercial:	Deportivo:	Desconocido:	
11. Uso Actual	Residencial:	Cultural:	Administrativo:	
	Educacional:	Turístico:	Religioso:	
	Comercial:	Deportivo:	Desconocido:	
12. Fecha de construcción				
13. Cronología	Prehispánica:	Colonial:	Republicana:	Moderna/Contemporánea:
14. Estado de conservación	Origina:	Restaurado:		Remodelado:
15. Estado de Construcción	Bueno:	Regular:	Deteriorado:	
16. Accesibilidad	Excelente:	Buena:	Regular:	Mala:
17. Registro de visitantes	Existe, sin contabilidad:		Existe con contabilidad:	No existe:
18. Servicio al visitantes	Alimentos y Bebidas:	Guías Turística:	Telecomunicaciones:	
	Esparcimiento:	Señalización Vial :	Sanitarios:	Todos:
	Ventas de Artesanía:	Señalización Turística:	Ninguno:	Otros:
19. Frecuencia de la visita	Diario:	Eventuales:	Fin de semana:	Ninguno:
20. Horario de visita	8.00am. A 12 m:	2:00 pm A 6:00 pm.	Cerrado al público:	
	7:00 am A 8:00pm.	Corrido:	Otro:	
21. Actividades:	Programadas:	Forma libre:	Ninguna:	
22. Observaciones:				

Fuente: Elaboración propia a partir de Caldera et al. (2000) y Antón (2005).

Ficha de Registro 5. **Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo Sectores Urbanos (Modelo).**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Tangibles
Tipo: Sectores Urbanos**

Encuestador:		Fecha:		
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación		
1, Informante:				
2. Identificación del Recurso:				
Nombre:				
Dirección:				
Parroquia:				
5. Clase:	Histórico	Artesanal:	Religioso	Otros:
	Ambiental:	Étnico:	Arquitectónico:	
6. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : Estatal : Todas :			
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna			
	Nacional Municipal. Municipal:			
7. Forma de Uso	Activa: Pasiva: Ninguna:			
8. Descripción:				
9. Uso Original	Residencial:	Cultural:	Administrativo:	
	Educacional:	Turístico:	Religioso:	
	Comercial:	Deportico:	Desconocido:	
10. Uso Actual	Residencial:	Cultural:	Administrativo:	
	Educacional:	Turístico:	Religioso:	
	Comercial:	Deportico:	Desconocido:	
11. Fecha de Fundación				
12. Cronología	Prehispánica:	Colonial:	Republicana:	Moderna/Contemporánea:
13. Estado de conservación	Origina:	Restaurado:	Remodelado:	
14. Estado de Construcción	Bueno:	Regular:	Deteriorado:	
15. Accesibilidad	Excelente:	Bueno:	Regular:	Malo:
16. Espacio de interés	Plazas:			
	Calles:			
	Edificios:			
	Paseos:			
	Otros:			
17. Servicio al visitantes	Alimentos y Bebidas:	Guías Turística:	Telecomunicaciones:	
	Esparcimiento:	Señalización Vial :	Sanitarios:	Todos:
	Ventas de Artesanía:	Señalización Turística:	Ninguno:	Otros:
18. Infraestructura	Acueducto:	Gas:	Cloacas:	Teléfono:
	Drenaje:	Electricidad:	Aseo:	Otro:
19. Actividades:	Programadas:	Forma libre:	Ninguna:	
20. Observaciones:				

Fuente: Elaboración propia a partir de Caldera et al. (2000) y Antón (2005).

Ficha de Registro 6. **Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo Obras de Arte (Modelo).**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Tangibles
Tipo: Obras de Arte**

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1, Informante:			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Dirección:			
Parroquia:			
5. Clase:	Pintura:	Artes del Fuego:	Retablos:
	Escultura:	Artes Visuales:	Otros:
6. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : Estatal : Todas :		
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna		
	Nacional Municipal. Municipal:		
7. Forma de Uso	Activa: Pasiva: Ninguna:		
8. Descripción:			
9. Artista o creador:			
10. Adscripción	Pública:	Privada:	Mixta: Desconocida:
	Ente adscrito:		
11. Fecha de realización			
12. Cronología	Prehispánica:	Colonial:	Republicana: Moderna/Contemporánea:
13. Estado de conservación	Origina:	Restaurado:	Remodelado:
14. Accesibilidad	Excelente:	Buena:	Regular: Mala:
15. Sede:	Programadas:	Forma libre:	Ninguna:
16. Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia a partir de Caldera et al. (2000) y Antón (2005).

Ficha de Registro 7. **Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles. Tipo Acontecimiento Programado (Modelo).**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Intangible
Tipo: Acontecimiento Programado**

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1, Informante			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Dirección:			
Parroquia:			
5. Clase:	Religioso:	Deportivas:	Carnavales: Otros:
	Patrias:	Exposiciones	Concursos de Belleza:
	Ferías:	Festivales:	Corridas de Toros:
6. Formas de uso	Activa:	Pasiva:	Ninguna:
7. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : Estatal : Todas :		
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna		
	Nacional Municipal. Municipal:		
8. Descripción:			
9. Fecha de Realización:			
10. Patrocinante:	Nombre el ente o empresa:	Mixta:	Desconocida:
	Promotor: Público: Privado:		
11. Periodicidad	Anual: Otros:		
12. Sede			
13. Actividades:			
Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia a partir de Caldera et al. (2000) y CORPOZULIA (2005).

Ficha de Registro 8. **Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles. Tipo: Manifestaciones Populares. (Modelo)**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Intangible
Tipo: Manifestaciones Populares**

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1, Informante			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Dirección:			
Parroquia:			
5. Clase:	Creencias Mágico Religiosa:	Danzas y Bailes Populares:	Gastronomía:
	Cuentos, Leyendas y Fabelas:	Juegos Tradicionales:	Toponimia:
	Mitos	Personajes Significativos:	Otros:
6. Formas de uso	Activa:	Pasiva:	Ninguna:
7. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : Estatal : Todas :		
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna		
	Nacional Municipal. Municipal:		
8. Descripción:			
9. Fecha de Realización:			
10. Patrocinante:	Nombre el ente o empresa:	Mixta:	Desconocida:
	Promotor: Público: Privado:		
12. Sede			
Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia a partir de Caldera et al. (2000) y CORPOZULIA (2005).

Ficha de Registro 9. **Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangible. Tipo: Manifestaciones Artísticas. (Modelo)**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Intangible
Tipo: Manifestaciones Artísticas

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1. Informante			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Dirección:			
Parroquia:			
5. Clase:	Música	Literatura	
	Teatro	Otros:	
6. Formas de uso	Activa:	Pasiva:	Ninguna:
7. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : Estatal : Todas :		
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna		
	Nacional Municipal. Municipal:		
8. Descripción:			
9. Fecha de Realización:			
10. Compositor o Escritor:	Nombre	No se conoce	
11. Director:	Nombre	No se conoce	
12. Sede			
13. Cronología:	Prehispánica:	Colonial:	Republicana: Moderna/Contemporánea:
Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia a partir de Caldera et al. (2000) y CORPOZULIA (2005).

Anexo III. Modelo de Fichas de Registro para el inventario de Facilidades Turísticas

Ficha de Registro 10. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Turístico. Tipo Alojamiento (Modelo).**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor cultural

Inventario de Facilidades Turísticas Categoría: Equipamiento Turístico Tipo: Alojamiento

Encuestador:				Fecha:		
Código:	3. Fotografía:			4. Plano de Ubicación		
1. Informante:						
2. Identificación del Recurso:						
Nombre:						
Dirección:						
Parroquia:						
Página Web / Correo Electrónico:						
5. Clase:	Hotel de Turismo	Pensión de Turismo	Hotel residencial de Turismo			
	Motel de Turismo	Estancia de Turismo	Campamento de Turismo			
	Finca de Turismo	Posada de Turismo	Establecimiento	especia	de	
6. Patente Industrial y Comercio	Si: No: Nro.:					
	Registro Único Información Fiscal (RIF) Nro.					
	Expendido de Licores Si: No: Nro.					
	Licencia de Turismo					
7. Descripción	Registro Turístico Nacional RTN:					
8. Horario	7.00 am – 12 pm	24 horas	Lunes a Viernes	Lunes a Domingo		
	12:00 am – 6:00 pm	Otro:	Fin de Semana:	Otro:		
9. Trabajadores	Fijos: Contratados:					
10. Propiedad del Inmueble	Público	Privado:	Mixto			
11. Categoría	Estrellas	Una:	Tres:	Cinco:		
		Dos:	Cuatro:	Ninguna:		
12 Habitaciones	Nº sencillas	Nº de suite	Nº suite matrimonial			
	Nº dobles	Nº suite presidencial	Nº de cabañas			
	Nº Triples	Nº suite junior	Nº de apartamento:			
	Nº cuádruple	Nº suite principal	Nº para personas discapacitadas.			
	Otro:					
	Estado de las habitaciones:	Bueno	Regular:	Malo:		
		Roan servicio:	WUIFI:			
		Media pensión	Teléfono			
		Pensión completa:	Minibar			
		Servicio de mucama:	Secador de pelo			
Servicio de cunas para bebes		Aire acondicionado				
Caja de seguridad						
Televisor por cable						
13. Servicio complementarios	Lobby-recepción	Estacionamiento	Floristería			
	Restaurante	Área Deportiva	Joyería			
	Cocina	Piscina de Adultos	Seguridad			
	Cafetería	Piscina de Niños	Taxis			
	Bar	Gimnasio	Librería			
	Salones para eventos y usos múltiples	Sauna	Parque Infantil			
	Banquetes	Tintorería y Lavandería	Guardería			
	Discoteca	Servicios médicos	Áreas verdes			
	Salones de juegos	Telecomunicaciones	Barbería			
	Casinos o Salas de Bingo:	Agencias de Viajes	Peluquería			
	14. Accesibilidad	Excelente:	Buena:	Regular:	Mala:	
15. Servicio al Visitantes	Cocina:	Telefonos Públicos:	Kareoke:			
	Mesas de Pool/Billar:	Muelle	Mesas de Juego:			
	Estacionamiento:	Barra	Sanitarios Caballeros:			
	Vigilancia	Aire Acondicionado	Sanitarios Damas			
	Pista de Baile	Inflables	Otros:			
16. Áreas Deportivas	Beisbol	Básquetbol	Paseos			
	Fútbol	Voleibol	Bolas Criollas			
17. Capacidad	Total Camas:					
18. Forma de Pago:	Tarjeta de Crédito:	Tarjeta de Debito:	Cheque	Efectivo:		
19. Observaciones:						

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Fuente: Elaboración propia a partir de Caldera et al. (2000) y CORPOZULIA (2005).

Ficha de Registro 11. **inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Esparcimiento (Modelo).**

Los Puertos de Atagracia y su puesta en valor cultural

**Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Equipamiento Complementario
Tipo: Esparcimiento**

Encuestador:		Fecha:		
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación		
1. Informante:				
2. Identificación del Recurso:				
Nombre:				
Dirección:				
Parroquia:				
Página Web / Correo Electrónico:				
5. Clase:	Club Turístico Recreacional:	Centros Comerciales:	Salas de juego:	
	Balnearios:	Centros Recreativos:	Otros:	
	Marinas:	Tiendas de Artesanías:		
6. Patente Industrial y Comercio	Si: No: Nro.:			
	Registro Unico Información Fiscal (RIF) Nro.			
	Expendido de Licores Si: No: Nro.			
	Registro Turístico Nacional RTN:			
7. Descripción				
8. Horario	7.00 am – 12 pm	24 horas	Lunes a Viernes	Lunes a Domingo
	12:00 am – 6:00 pm	Otro:	Fin de Semana:	Otro:
9. Trabajadores	Fijos: Contratados:			
10. Propiedad del Inmueble	Público	Privado:	Mixto	
11. Estado de la Construcción:	Muy Bueno:	Bueno:	Malo:	En reparación:
12. Estado del Mobiliario	Muy Bueno:	Bueno:	Malo:	En reparación:
13. Estado de la Lencería	Muy Bueno:	Bueno:	Malo:	Muy Malo:
14. Condiciones Sanitarias	Muy Bueno:	Bueno:	Malo:	Muy Malo:
15. Accesibilidad	Excelente:	Buena:	Regular:	Mala:
16. Servicio al Visitantes	Cocina:	Teléfonos Públicos:	Kareoke:	
	Mesas de Pool/Billar:	Muelle	Mesas de Juego:	
	Estacionamiento:	Barra	Sanitarios Caballeros:	
	Vigilancia	Aire Acondicionado	Sanitarios Damas	
	Pista de Baile	Inflables		
	Otros:			
17. Servicio complementario al Turista	Información	Alquiler de Sillas:	WIFI::	
	Alquiler de Toldos	Alquiler de Bohíos	Venta de Artesanía	
	Alquiler de Bicicletas	Alquiler de Botes	Otros	
18. Áreas Recreativas	Salón Usos Múltiples	Áreas Verdes	Galleries:	
	Discoteca	Parque Infantil	Saunas	
	Piscinas	Otros:		
19. Áreas Deportivas	Beisbol	Básquetbol	Ciclismo	
	Futbol	Voleibol	Bolas Criollas	
	Juegos	Paseos	Otros:	
20. Capacidad	Total:	Sillas	Mesas	
21. Forma de Pago:	Tarjeta de Crédito:	Tarjeta de Debito:	Cheque	Efectivo:
22. Actividades:	Programadas:	Forma libre:	Ninguna:	
23. Observaciones:				

Fuente: Elaboración propia a partir de Caldera et al. (2000) y CORPOZULIA (2005).

Ficha de Registro 12. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Alimentos y Bebidas (Modelo).**

Los Puertos de Atagracia y su puesta en valor cultural

**Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Equipamiento Complementario
Tipo: Esparcimiento**

Encuestador:	Fecha:			
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación		
1. Informante:				
2. Identificación del Recurso:				
Nombre:				
Dirección:				
Parroquia:				
Página Web / Correo Electrónico:				
5. Clase:	Restaurantes:	Comida Rápida	Café y Fuentes de soda:	
	Barra – Discoteca y Cervecería	Heladería	Otros:	
6. Patente Industrial y Comercio	Si: No: Nro.:			
	Registro Unico Información Fiscal (RIF) Nro.			
	Expendido de Licores Si: No: Nro.			
	Registro Turístico Nacional RTN:			
7. Descripción				
8. Horario	7.00 am – 12 pm	24 horas	Lunes a Viernes	Lunes a Domingo
	12:00 am – 6:00 pm	Otro:	Fin de Semana:	Otro:
9. Trabajadores	Fijos: Contratados:			
10. Especialidad	Criolla (Regional)	Pescado:	Vegetariana	Española
	Criolla (Nacional)	Carnes	Aves	China
	Internacional:	Italiana	Árabe	
	Otros:			
11. Capacidad	Total:	Sillas	Mesas	
12. Propiedad del Inmueble	Público	Privado:	Mixto	
13. Estado de la Construcción:	Muy Bueno:	Bueno:	Malo:	En reparación:
14. Estado del Mobiliario	Muy Bueno:	Bueno:	Malo:	En reparación:
15. Estado de la Lencería	Muy Bueno:	Bueno:	Malo:	Muy Malo:
16. Condiciones Sanitarias	Muy Bueno:	Bueno:	Malo:	Muy Malo:
17. Accesibilidad	Excelente:	Buena:	Regular:	Mala:
18. Servicio que Presta	Estacionamiento:	Salón Usos Múltiples	Kareoke:	
	Vigilancia	Muelle	Sanitarios Caballeros:	
	Pista de Baile	Barra	Sanitarios Damas	
	Aire Acondicionado	Alquiler del Local	Servicio a Domicilio	
	Música en Vivo	Reservaciones de mesa	WIFI	
	Otros:			
19. Forma de Pago:	Tarjeta de Crédito:	Tarjeta de Debito:	Cheque	Efectivo:
20. Actividades:	Programadas:	Gastronómicas:	Otras:	
21. Observaciones:				

Fuente: Elaboración propia a partir de Caldera et al. (2000) y CORPOZULIA (2005).

Ficha de Registro 13. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario. Tipo: Eventos Programados (Modelo).**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor cultural

**Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Equipamiento Complementario
Tipo: Eventos Programados**

Encuestador:		Fecha:		
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación		
1. Informante:				
2. Identificación del Recurso:				
Nombre:				
Dirección:				
Parroquia:				
Página Web / Correo Electrónico:				
5. Clase:	Centro de Convenciones	Salones para Eventos		
	Empresas organizadas de eventos	Plazas de Toros		
	Complejos Feriales	Mangas de Coleo		
	Otros:			
6. Patente Industrial y Comercio	Si: No: Nro.:			
	Registro Único Información Fiscal (RIF) Nro.			
	Registro Turístico Nacional RTN:			
7. Descripción				
8. Horario	7.00 am – 12 pm	24 horas	Lunes a Viernes	Lunes a Domingo
	12:00 am – 6:00 pm	Otro:	Fin de Semana:	Otro:
9. Trabajadores	Fijos: Contratados:			
10. Propiedad del Inmueble	Público	Privado:	Mixto	
11. Estado de la Construcción:	Muy Bueno:	Bueno:	Malo:	En reparación:
12. Accesibilidad	Excelente:	Buena:	Regular:	Mala:
13. Actividades	Conciertos	Graduaciones	Encuentros	
	Exposiciones	Mesas de Trabajo	Simposios	
	Ferias	Jornadas	Fiestas	
	Desfiles	Convenciones	Deportivos	
	Otros:			
14. Servicios	Información	Montaje de Stanct	Estacionamiento	
	WIFI	Anfitrionas	Vigilancia	
	Telefonía pública	Ambientación	Jardín Infantil	
	Iluminación	Venta de souvenir	Aire acondicionado	
	Sonido	Mesoneros		
	Otros:			
15. Información Turística	Folletos	Internet :	Ferias	
	Radio	Televisión	Otros	
16. Capacidad	Total:	Sillas	Mesas	
17. Forma de Pago:	Tarjeta de Crédito:	Tarjeta de Debito:	Cheque	Efectivo:
18. Observaciones:				

Fuente: Elaboración propia a partir de Caldera et al. (2000) y CORPOZULIA (2005).

Ficha de Registro 14. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Servicios Turísticos, Tipo Información Turística (Modelo).**

Los Puertos de Atagracia y su puesta en valor cultural

**Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Servicios Turísticos
Tipo: Información Turística**

Encuestador:		Fecha:		
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación		
1, Informante: De Campo / Catálogo Patrimonio Cultural 2004 - 2006				
2. Identificación del Recuro:				
Nombre:				
Dirección:				
Parroquia:				
Página Web / Correo Electrónico:				
5. Clase:	Módulo de Información	Servicios de guías de turismo:		
	Seguridad Turística	Centro sanitario para el turismo		
	Otros:			
6. Patente Industrial y Comercio	Si: No: Nro.:			
	Registro Unico Información Fiscal (RIF) Nro.			
	Registro Turístico Nacional RTN:			
7. Descripción				
8. Horario	7.00 am – 12 pm	24 horas	Lunes a Viernes	Lunes a Domingo
	12:00 am – 6:00 pm	Otro:	Fin de Semana:	Otro:
9. Trabajadores	Fijos: Contratados:			
10. Información Turística	Folletos	Internet :	Ferias	
	Radio	Televisión	Otros	
11. Accesibilidad	Excelente:	Buena:	Regular:	Mala:
12. Servicio al Visitantes	Orientación al Turista		Venta de Boletos	Auxilio Vial
	Suministro de material		Venta de artesanía	
	Otros:			
13. Observaciones:				

Fuente: Elaboración propia a partir de Caldera et al. (2000) y CORPOZULIA (2005)..

Ficha de Registro 15. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Servicios Turísticos, Tipo Financieros (Modelo).**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor cultural

**Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Servicios Turísticos
Tipo: Servicios Financieros**

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1. Informante:			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Dirección:			
Parroquia:			
Página Web / Correo Electrónico:			
5. Clase:	Entidad Bancaria:	Casa de Cambio:	
6. Patente Industrial y Comercio	Si: No: Nro.:		
	Registro Único Información Fiscal (RIF) Nro.		
	Registro Turístico Nacional RTN:		
7. Descripción			
8. Horario	Corrido desde las 8 am		Lunes a Viernes
9. Trabajadores	Fijos: Contratados:		
10. Propiedad del Inmueble	Público	Privado:	Mixto
11. Estado de la Construcción:	Muy Bueno:	Bueno:	Malo: En reparación:
15. Accesibilidad	Excelente:	Buena:	Regular: Mala:
16. Servicio al Visitantes	Cuenta de Ahorro:	Tarjeta de Crédito	Fondo de Activos Líquidos
	Cuenta Corriente:	Tarjeta Ahorro	Taquilla Externa
	Cajero Automático	Crédito Hipotecario	
	Otros:		
23. Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia a partir de Caldera et al. (2000) y CORPOZULIA (2005).

Ficha de Registro 16. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría: Servicio Turístico. Tipo: Transporte Terrestre. (Modelo).**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor cultural

**Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Equipamiento Complementario.
Tipo: Transporte Terrestre**

Encuestador:		Fecha:		
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación		
1, Informante:				
2. Identificación del Recurso:				
Nombre:				
Dirección:				
Parroquia:				
Página Web / Correo Electrónico:				
5. Clase:	Auto Bus	Taxi	Otro	
	Caro Por puesto	Bicicleta		
6. Patente Industrial y Comercio	Si: No:			
	Registro de Transporte Si No			
	Registro Turístico Nacional RTN:			
7. Descripción				
8. Adscripción	Público	Privado	Mixto:	
9. Estado e las Unidades	Muy Bueno:	Bueno:	Malo:	Muy Malo:
10. Rutas	Origen 1	Destino 1	Paradas Int. 1 Horario 1	Tarifa 1
	Origen 2	Destino 2	Paradas Int. 2 Horario 2	Tarifa 2
	Origen 3	Destino 3	Paradas Int. 3 Horario 3	Tarifa 3
	Origen 3			
11. Existe paradas en Sitio de Origen	Si No			
12. Horario	6.00 am – 12 pm	24 horas	Lunes a Viernes	Lunes a Domingo
	12:00 am – 6:00 pm	Otro:	Fin de Semana:	Otro:
13.Trabajadores	Fijos: Contratados:			
14. Capacidad de las Unidades	Nº de Unidades	Nº de Puestos por Unidades	Capacidad total:	
17. Accesibilidad	Excelente:	Buena:	Regular:	Mala:
21. Observaciones:				

Fuente: Elaboración propia a partir de Caldera et al. (2000) y CORPOZULIA (2005).

Ficha de Registro 17. **inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría: Servicio Turístico. Tipo: Transporte Acuático. (Modelo).**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor cultural

**Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Servicio Turístico
Tipo: Transporte Acuático**

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1, Informante:			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Dirección:			
Parroquia:			
Página Web / Correo Electrónico:			
5. Clase:	Ferry	Lanchas (Grandes)	Piragua
	Catamarán	Lancha (Ober Craft)	Canoa
	Otra:		
6. Patente Industrial y Comercio	Si: No:		
	Registro de Transporte Si No		
	Registro Turístico Nacional RTN:		
7. Descripción			
8. Adscripción	Público	Privado	Mixto:
9. Estado de las Unidades	Muy Bueno:	Bueno:	Malo: Muy Malo:
10. Servicios al Visitante	Alimentos y Bebidas	Venta de Boletos	Sala de Espera
	Locales Comerciales	Teléfonos	Sanitarios
	Información	Muelle	Venta de Artesanía
	Otros:		
11. Horario	6.00 am – 12 pm	24 horas	Lunes a Viernes
	12:00 am – 6:00 pm	6:00 am a 6:00 pm	Fin de Semana:
12.Trabajadores	Lunes a Domingo	Otros:	
	Fijos: Contratados:		
13. Capacidad de las Unidades	Nº de Unidades	Nº de Puestos por Unidades	Capacidad total:
14. Accesibilidad	Excelente:	Buena:	Regular: Mala:
15. Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia a partir de Caldera et al. (2000) y CORPOZULIA (2005)

Ficha de Registro 18. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría: Servicio Turístico. Tipo: Conexos al Transporte Acuático. (Modelo).**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor cultural

**Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Servicio Turístico
Tipo: Conexos al Transporte Acuático**

Encuestador:				Fecha:	
Código:	3. Fotografía:				4. Plano de Ubicación
1. Informante:					
2. Identificación del Recurso:					
Nombre:					
Dirección:					
Parroquia:					
Página Web / Correo Electrónico:					
5. Clase:	Comercial:	Deportivo:	De Investigación		
	Pesquero:	Militar:	Otros:		
	Otra:				
6. Patente Industrial y Comercio	Si: No:				
	Registro de Transporte Si No				
	Registro Turístico Nacional RTN:				
7. Descripción					
8. Adscripción	Público	Privado	Mixto:		
9. Estado de las Unidades	Muy Bueno:	Bueno:	Malo:	Muy Malo:	
10. Servicios al Visitante	Alimentos y Bebidas	Venta de Boletos	Sala de Espera		
	Locales Comerciales	Teléfonos	Sanitarios		
	Información	Muelle	Venta de Artesanía		
	Otros:				
11. Horario	6.00 am – 12 pm	24 horas	Lunes a Viernes		
	12:00 am – 6:00 pm	6:00 am a 6:00 pm	Fin de Semana:		
	Lunes a Domingo	Otros:			
12. Trabajadores	Fijos: Contratados:				
13. Capacidad de las Unidades	Nº de Unidades	Nº de Puestos por Unidades	Capacidad total:		
14. Accesibilidad	Excelente:	Buena:	Regular:	Mala:	
15. Observaciones:					

Fuente: Elaboración propia a partir de Caldera et al. (2000) y CORPOZULIA (2005)

Ficha de Registro 19. **Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría: Accesibilidad y Transporte Tipo: Vialidad. (Modelo)**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor cultural

**Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico
Inventario de los Recursos Turísticos
Categoría: Accesibilidad y Transporte
Tipo: Vialidad**

1. Canales de Circulación	Dos	
	Cuatro	
2. Estado de Construcción	Bueno	
	Regular	
	Malo	
3. Materia de Construcción	Tierra	
	Piedra	
	Concreto	
	Asfalto	
	Otros	
4. Equipamiento Complementario	Estación de Servicio	
	Establecimiento de Alimentos y Bebidas	
	Estacionamiento	
	Señales de Tránsito	
	Señalización Turística	
	Alumbramiento Público	
	Otros	

Fuente: Elaboración propia (2013) según clasificación SIGTUR Zulia (2004).

Anexo IV. Modelo de Encuesta Dirigida a los Habitantes de Los Puertos de Altagracia



Modelo de Encuesta Dirigida a los Habitantes



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Estimado ciudadano (a) a continuación se le presentará una serie de preguntas, las cuales agradecemos responda de la manera más clara y sencilla posible, ya que los resultados arrojados por esta entrevista contribuirán para determinar las Potencialidades y Estrategias para la Puesta en Valor Turístico del Frente de Agua y Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia, Municipio Miranda Edo Zulia-Venezuela. Doctorando: Manuel Luzardo Padrón

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LOS PUERTOS DE ALTAGRACIA

Nº Encuesta _____ Encuestador: _____ Hora: _____
Aplicada en: _____ Fecha: _____

DATOS SOCIO ECONÓMICAS

1. Género del entrevistado: M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> o resp. <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/>		3. Nacionalidad: V: <input type="checkbox"/> E: <input type="checkbox"/>	
2. Edad:	4. Estado Civil:	5. Nivel Educativo:	6. Ocupación
1. No responde <input type="checkbox"/>	1 Soltero..... <input type="checkbox"/>	1 Básica..... <input type="checkbox"/>	1. Estudiante..... <input type="checkbox"/>
2. Menor de 20 años..... <input type="checkbox"/>	2 Casado ... <input type="checkbox"/>	2 Diversificada..... <input type="checkbox"/>	2. Ama de casa..... <input type="checkbox"/>
3. De 21 a 30 años..... <input type="checkbox"/>	3 Divorciado..... <input type="checkbox"/>	3 T.S.U..... <input type="checkbox"/>	3. Empleado..... <input type="checkbox"/>
4. De 31 a 40 años..... <input type="checkbox"/>	4 Viudo..... <input type="checkbox"/>	4 Universitaria..... <input type="checkbox"/>	4. Obrero..... <input type="checkbox"/>
5. De 41 a 50 años..... <input type="checkbox"/>	5 Museos..... <input type="checkbox"/>	5 Otros..... <input type="checkbox"/>	5. Libre ejercicio ... <input type="checkbox"/>
6. Más de 50 años..... <input type="checkbox"/>			6. Empresario..... <input type="checkbox"/>
			7. Otros..... <input type="checkbox"/>
7. Tamaño Grupo Familiar	8. Edad del Grupo Familiar	9. Ingreso mensual	
1 De 2 a 6..... <input type="checkbox"/>	1 De 0 a 9..... <input type="radio"/>	1 Menos de 2000..... <input type="checkbox"/>	
2 De 7 a 11..... <input type="checkbox"/>	2 De 10 a 19..... <input type="radio"/>	2 De 2001 a 3000..... <input type="checkbox"/>	
3 De 12 a 16..... <input type="checkbox"/>	3 De 20 a 29..... <input type="radio"/>	3 De 3001 a 4000..... <input type="checkbox"/>	
4 De 17 a 21..... <input type="checkbox"/>	4 De 30 a 39..... <input type="radio"/>	4 De 4001 a 5000..... <input type="checkbox"/>	
5 Más de 21..... <input type="checkbox"/>	5 De 40 a 49..... <input type="radio"/>	5 Más de 5000..... <input type="checkbox"/>	
	6 De 50 a 59..... <input type="radio"/>	6 No responde..... <input type="checkbox"/>	
	7 Más de 60..... <input type="radio"/>		

OPINION SOBRE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

10. Importancia del turismo	11 Recurso como potencial turístico	12. Patrimonio Edificado
1 Muy Importante..... <input type="radio"/>	1 Centro Histórico..... <input type="checkbox"/>	1 Iglesia "Nuestra Sra. de Altagracia"... <input type="checkbox"/>
2 Bastante Importante.... <input type="radio"/>	2 Frente de agua (Boulevard)..... <input type="checkbox"/>	2 Boulevard "Almirante Padilla"..... <input type="checkbox"/>
3 Algo Importante..... <input type="radio"/>	3 Playas..... <input type="checkbox"/>	3 Casa Museo "Gabriel Bracho"..... <input type="checkbox"/>
4 Poco Importante..... <input type="radio"/>	4 Fiestas Patronales..... <input type="checkbox"/>	4 Museo "Centro Histórico de Altagracia
5. Nada importante..... <input type="radio"/>	5 Fiestas Agronómicas..... <input type="checkbox"/>	5 Museo del Hombre..... <input type="checkbox"/>
6. No responde..... <input type="radio"/>	6 Gastronomía..... <input type="checkbox"/>	6 Centro Urbano de Los Puertos..... <input type="checkbox"/>
	7 Ciénagas..... <input type="checkbox"/>	7 Casas Coloniales..... <input type="checkbox"/>
	8 Complejos Industriales..... <input type="checkbox"/>	8 Edificio Alcaldía Municipal..... <input type="checkbox"/>
	9 No responde..... <input type="checkbox"/>	9 Otros..... <input type="checkbox"/>

13. Necesidades para incentivar la actividad turística.	14. Evaluación de los servicios					
		No existe	Malo	Regular	Bueno	
	1 Construcción de hoteles y restaurantes... <input type="checkbox"/>	1 Agua Potable				
	2 Mejor lugares recreativos..... <input type="checkbox"/>	2 Cloacas				
	3 Mejor infraestructuras..... <input type="checkbox"/>	3 Recolección de Basura				
	4 Arreglo y limpieza de playas..... <input type="checkbox"/>	4 Electricidad				
	5 Mejorar los servicios..... <input type="checkbox"/>	5 Vialidad				
	6 Recuperación del casco histórico..... <input type="checkbox"/>	6 Salud				
	7 Construcción de centros comerciales..... <input type="checkbox"/>	7 Seguridad				
	8 Mas apoyo gubernamental..... <input type="checkbox"/>	8 Telefonía				
	9 Inversionistas..... <input type="checkbox"/>	9 Gas				
10 Otros..... <input type="checkbox"/>	10 Otros					

15 Participación gubernamental	16 Futuro del turismo local	17 Beneficioso la visita de turista
1 Organismos que planifican <input type="checkbox"/>	1 Más importante que actualmente <input type="checkbox"/>	1 Muy Beneficioso..... <input type="checkbox"/>
2 Más apoyo de gobierno..... <input type="checkbox"/>	2 Menos importante que actualmente <input type="checkbox"/>	2 Bastante Beneficioso..... <input type="checkbox"/>
3 Mayor información turística <input type="checkbox"/>	3 Nada Importante..... <input type="checkbox"/>	3 Algo Beneficioso..... <input type="checkbox"/>
4 Publicidad..... <input type="checkbox"/>	4 No responde..... <input type="checkbox"/>	4 Poco Beneficioso..... <input type="checkbox"/>
5 Seguridad para los turistas <input type="checkbox"/>		5 Nada Beneficioso..... <input type="checkbox"/>
6 Nada..... <input type="checkbox"/>		6 No responde..... <input type="checkbox"/>

18 ¿Quién considera usted que se ha beneficiado más con el turismo?	
1 Dueño de Playas..... <input type="checkbox"/>	7 Alcaldía..... <input type="checkbox"/>
2 Dueño de Restaurantes..... <input type="checkbox"/>	8 Comunidad..... <input type="checkbox"/>
3 Dueño de Restaurantes y Afines..... <input type="checkbox"/>	9 Nadie..... <input type="checkbox"/>
4 Comerciantes..... <input type="checkbox"/>	10 Otros..... <input type="checkbox"/>
5 Lancheros..... <input type="checkbox"/>	11 No responde..... <input type="checkbox"/>
6 Transporte Lacustre..... <input type="checkbox"/>	

19 ¿Qué sugerencias haría para incentivar el desarrollo del turismo en la ciudad de los Puertos de Altagracia?

Anexo V. Modelo de Encuesta Dirigida a los Visitantes



Modelo de Encuesta Dirigida a los Visitantes



Estimado ciudadano (a) a continuación se le presentará una serie de preguntas, las cuales agradecemos responda de la manera más clara y sencilla posible, ya que los resultados arrojados por esta entrevista contribuirán para determinar las Potencialidades y Estrategias para la Puesta en Valor Turístico del Frente de Agua y Casco Histórico de Los Puertos de Altigracia, Municipio Miranda Edo Zulia-Venezuela. Doctorando: Manuel Luzardo Padrón

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS VISITANTES O TURISTAS DEL MUNICIPIO

Nº Encuesta _____ Encuestador: _____	Hora: _____
Aplicada en: _____	Fecha: _____

I. ASPECTOS RELATIVOS AL VIAJE

1. Lugar de residencia permanente: _____		
2. ¿Cuál es el principal motivo del viaje?	3. Lugar Visitado	4. ¿Qué es lo que más le atrae del destino?
1 Vacaciones / Ocio / Descanso..... <input type="checkbox"/>	1 Playa <input type="checkbox"/>	1 Playas..... <input type="checkbox"/>
2 Negocio y motivos profesionales. <input type="checkbox"/>	2 Casco Históricos ... <input type="checkbox"/>	2 Parque Nacional "Los Olivitos" <input type="checkbox"/>
3 Estudio <input type="checkbox"/>	3 Iglesia <input type="checkbox"/>	3 Casco Histórico de Altigracia..... <input type="checkbox"/>
4 Salud <input type="checkbox"/>	4 Familiares <input type="checkbox"/>	4 Negocios..... <input type="checkbox"/>
5 Visita a familiares y/o amigos <input type="checkbox"/>	5 Museos..... <input type="checkbox"/>	5 Travesía por el Lago..... <input type="checkbox"/>
6 Actividades Religiosas..... <input type="checkbox"/>	6 Restaurantes..... <input type="checkbox"/>	6 Gastronomía..... <input type="checkbox"/>
7 Culturales y Ferias..... <input type="checkbox"/>	7 Boulevard Padilla... <input type="checkbox"/>	7 Complejos Industriales..... <input type="checkbox"/>
8 Actividades Deportivas..... <input type="checkbox"/>	8 Complejos Turísticos <input type="checkbox"/>	8 El trato de la Gente..... <input type="checkbox"/>
9 Gastronómicas..... <input type="checkbox"/>	9 Otros..... <input type="checkbox"/>	9 No me atrae nada: <input type="checkbox"/>
10 No Responde..... <input type="checkbox"/>	10 Especifique: _____	10 No sabe..... <input type="checkbox"/>
11 Otro: _____		Otros _____

II. FRECUENCIA, ESTACIONALIDAD Y DURACIÓN

5. Número de veces que ha visitado el Municipio	6. ¿En qué temporada del año ha visitado el Municipio?	7. Duración de la Estancia Excursionista (no pernocta)
1 Primera vez <input type="checkbox"/>	1 Fin de semana <input type="radio"/>	1 Menos de 24 horas <input type="checkbox"/>
2 Pocas veces <input type="checkbox"/>	2 Días Feriados <input type="radio"/>	2 Una noche <input type="checkbox"/>
3 Frecuentemente <input type="checkbox"/>	3 Ferias y Vuelta al Terruño <input type="radio"/>	3 Dos noches <input type="checkbox"/>
4 Muy frecuentemente <input type="checkbox"/>	4 Navidad <input type="radio"/>	4 Tres noches <input type="checkbox"/>
	5 Carnaval <input type="radio"/>	5 Cuatro noches <input type="checkbox"/>
	6 Semana Santa <input type="radio"/>	6 ¿Cuántas? _____
	7 Vacaciones escolares/Agosto <input type="radio"/>	
	8 Otros (especifique) _____	

III. ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

8. ¿Con quien visitó usted al Municipio?	9. ¿Cuántas personas lo acompañan según el grupo de edades incluyéndose Ud.?	Nº de Personas
1 Solo..... <input type="radio"/>	1 Bebés (0 a 2 años)	
2 En pareja..... <input type="radio"/>	2 Niños (3 a 11 años)	
3 En grupo <input type="radio"/>	3 Adolescentes (12 a 18 años)	
4 En familia..... <input type="radio"/>	4 Jóvenes (19 a 29 años)	
	5 Adultos (30 a 60 años)	
	6 Adultos mayores (más de 61 años)	

4.1 OFERTA DE ALOJAMIENTO

10. ¿Qué tipo de alojamiento utilizo? (Encuestador: solo para los que pernoctan una o más noches)		
1 Hotel ¿Cuál? _____ <input type="checkbox"/>	4 Casa Alquilada..... <input type="checkbox"/>	7 Cuarto Alquilado..... <input type="checkbox"/>
2 Residencia..... <input type="checkbox"/>	5 Casa de Familiar o amigo..... <input type="checkbox"/>	8 Carpa..... <input type="checkbox"/>
3 Motel..... <input type="checkbox"/>	6 Casa Propia..... <input type="checkbox"/>	9 Enramada..... <input type="checkbox"/>
		10 Ninguna..... <input type="checkbox"/>

4.2 OFERTA ALIMENTOS Y BEBIDAS

11. ¿Dónde comió o bebió?	12. ¿Cómo ha sido la atención ofrecida?	13. ¿Como ha sido la calidad de los alimentos y bebidas?	14. ¿El costo del servicio fue?:
1 Restaurantes..... <input type="checkbox"/>	1 Muy Buena.... <input type="checkbox"/>	1 Excelente..... <input type="checkbox"/>	1 Muy Elevado.... <input type="checkbox"/>
2 Barra, Discoteca, Cervecería... <input type="checkbox"/>	2 Buena <input type="checkbox"/>	2 Buena..... <input type="checkbox"/>	2 Económico..... <input type="checkbox"/>
3 Venta de comida informal..... <input type="checkbox"/>	3 Regular <input type="checkbox"/>	3 Regular..... <input type="checkbox"/>	3 Adecuado..... <input type="checkbox"/>
4 Casa de familiar o amigo..... <input type="checkbox"/>	4 Mala..... <input type="checkbox"/>	4 Mala..... <input type="checkbox"/>	4 Bajo..... <input type="checkbox"/>
5 Por su cuenta..... <input type="checkbox"/>	5 Muy Mala..... <input type="checkbox"/>		5 Muy Bajo..... <input type="checkbox"/>

VI MARKETING			
1 ¿Obtuvo información turística del Municipio? 1 Si 2 No		2 ¿Qué medio de información lo influenció para venir al Municipio? 1 Televisión..... 2 Radio..... 3 Folleto..... 4 Periódico.... 5 Revista..... 6 Internet..... 7 Familiares o amigos..... 8 Módulo de información turística 9 Ninguno 10 Otros: _____	
3 ¿Con que imagen identifica al Municipio 1 Sol y playa..... 2 Historia y Patrimonio..... 3 Arquitectura Popular 4 Gastronomía..... 5 Vacaciones/descanso.....		4 ¿Qué imagen tenía del Municipio antes de visitarlo? 1 Excelente..... 2 Buena..... 3 Regular..... 4 Mala..... 5 Ninguna.....	5 ¿Qué imagen del municipio tiene después de visitarlo? 1 Excelente..... 2 Buena..... 3 Regular..... 4 Mala..... 5 Ninguna.....
6 ¿Qué le agradó durante su permanencia en el Municipio? 1 Playas..... 2 Comida 3 Tranquilidad..... 4 Casco Histórico..... 5 Trato de la Gente 6 N/C 7 Otros especifique _____		7 ¿Qué le disgustó durante su permanencia en el Municipio? 1 Transporte..... 2 Contaminación..... 3 Vialidad..... 4 Poca atención..... 5 Nada..... 6 N/C..... 7 Especifique: _____	
		8 ¿Le gustaría regresar al Municipio? 1 Si 2 No	
		8.9 ¿Recomendaría la visita al Municipio? 1 Si 2 No	

DATOS SOCIO-ECONÓMICOS			
¿Reside en Venezuela? Si 1 No 2 País donde reside: _____			
¿Sexo? M 1 F 2		Ciudad de residencia permanente: _____	
Edad del entrevistado:: 1 Menos de 18 años 2 De 19 a 29 años 3 De 30 a 60 años 4 Más de 60 años	Estado Civil: 1 Soltero..... 2 Casado..... 3 Divorciado..... 4 Viudo..... 5 Concubino... Otro: _____	Nivel Educativo 1 Básica..... 2 Diversificada 3 Técnica..... 4 Universitaria 5 Posgrado..... 6 No posee	Nivel de ingreso mensual 1 Menos de 2000 2 Entre 2001 y 3000..... 3 Entre 3001 y 4000..... 4 Entre 4001 y 5000..... 5 Entre 5001 y 6000..... 6 Más de 6000..... 7 N/C.....
Ocupación o Profesión: _____			
SOLO PARA EXTRANJEROS Mensualidad en dólares; _____			

Gracias por su colaboración...

CARTILLA DE ACTIVIDADES

(Marque con una "X" en la casilla A las actividades que generalmente realiza en sus viajes; y en la casilla B las actividades que le gustaría realizar)

TURISMO DE ESPARCIMIENTO	A	B	AGROTURISMO	A	B
1 Tomar el sol			1 Ordeñar vacas		
2. Baños de Playa (Mar o rio)			2 Participar en siembras cosecha y procesamiento de cultivos propios de la zona (frutas, sábila, cacao)		
3. Paseos acuáticos guiados			3 Conocer procesos de cultivos del camarón		
4. Pesca			4 Compartir con campesinos sus experiencias de agro		
5. Paseo en canoa, lancha, kayak			5 Montar a caballo		
6. Velerismo			6 Competencia de peleas de gallo		
7. Deportes de playa (Voleibol de playa Fútbol de playa, tenis de playa)			7 Conocer procesos industriales para comercialización de productos agrícolas, mineros, forestales, pecuarios (camarones, sal, cangrejos, pescados, productos lácteos)		
8. juegos de mesa			8 Paseos libres por el campo		
9. Caminatas			9 Asistir ferias agropecuarias		
10. Bolas Criollas			10 Asistir a charlas de conservación de la naturaleza		
11. Compra de productos locales y/o artesanías			11. Visitar sitios de interés (granjas, camaroneras aéreas salinas)		
12. Bailar			12. Coleos, rodeos y similares		
13. Recorridos guiados			13. Asistir a ferias agropecuarias		
14. Participar en rally					
TURISMO CULTURAL			TURISMO DE NATURALEZA		
1 Visitas guiadas a edificaciones históricas, museos, centros culturales, centros poblados			1 Visita guiada a sitios naturales (Rutas de aventura "Parque Nacional Los Olivitos")		
2 Visitas libres a edificaciones históricas, museos, centros poblados, centros culturales			2 Visitas libres a sitios naturales (Rutas de aventuras, ecológicas e interpretativas)		
3 Compartir con pobladores sus manifestaciones culturales			4 Tratamientos estéticos y de salud con productos naturales		
4 Aprender a elaborar artesanías			5 Observar fauna y flora		
5 Visitar sitios de elaboración gastronómicas			6 Visitar centros de crías y reproducción de especies		
6 Aprender bailes y danzas populares			7 Charla sobre conservación		
7 Escuchar decimitas y cuenta cuentos			8 Visitar centros de reutilización de desechos		
8 Gastronomía (degustar platos típicos)					
9 Aprender a cocinar gastronomía típica (Elaborar alimentos y bebidas de origen local)					
10 Participar en actividades religiosas					
11 Asistir a ferias populares					
12 Aprender a tocar tambores y chimbangles					
¿Qué cree Ud. que se puede hacer para mejorar el Turismo?					

Gracias por su colaboración-

Anexo VI. Inventario de los Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda

Ficha de Registro 20. **Inventario de Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda. Categoría Naturales (Abióticos): Tipos: Clima**

Los Puertos de Atagracia y su puesta en valor turístico

Inventario de los Recursos Turísticos Naturales Categoría: Natural Abióticos Tipo: Clima

Encuestador:		Fecha:
Código:	3. Fotografía:	4. Límites geográficos
1. Informante: Strauss (1996)		
2. Identificación del Recurso:		
Nombre:		
Clima Tropical		
Dirección:		
No aplica		
Parroquia:	Tropical: X	
No aplica		
5. Clase:		

7. Descripción:

Su situación estratégica frente al Mar Caribe y casi al extremo norte de América de Sur, hace que sus aspectos climáticos y los vientos alisios del noroeste penetren todo el territorio del Municipio entre los meses de Noviembre y Abril. Los vientos locales restituyen los alisios y se presentan desde Mayo hasta Octubre. Estos datos los proporcionan "las estaciones Don Pancho (Estado Falcón) y Plan Bonito (Maracaibo), por presentar características similares que sirven de referencia" (CONZUPLAN, 1993:9). Su clima es cálido seco, con precipitaciones medias anuales de 500 mm, incrementándose de norte a sur. Las máximas precipitaciones son de Mayo a Octubre; su evaporación llega a 1.800 mm y la temperatura promedio es de 28° C. El calor máximo se presenta entre los meses de Marzo a Octubre y las menores temperaturas desde Noviembre hasta Febrero. (Strauss, 1996).

8. Características del Clima	Mes de Máxima Temperatura:	Máxima Temperatura Promedio Anual:
	28° C	33° C
	Mes de Mínima Temperatura	Mínima Temperatura Promedio Anual:
	Mayo a Octubre	Noviembre a Febrero
	Mes de Máxima Humedad	Máxima Humedad Promedio Anual
	Mes de Mínima Humedad:	Mínima Promedio Anual:
	Período Máxima Precipitación:	Período de Mínima Precipitación:
	Mayo a Octubre	Noviembre a Abril
Período Máxima Ventilación:	Período Mínima Ventilación:	
Diciembre a Febrero	Mayo a Agosto	
Período Máxima Radiación:	Período Mínima Radiación:	
Mayo a Agosto	Octubre a Enero	

Observaciones:

Fuente: Elaboración propia a partir de Caldera et al. (2000) y CORPOZULIA (2005).



Ficha de Registro 21. **Inventario de Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda. Categoría Abiótico. Tipo Hídrico Estrecho del Lago de Maracaibo**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

Inventario de los Recursos Turísticos Naturales

Categoría: Abióticos

Tipo: Hídricos

Encuestador:		Fecha:		
Código:	3. Fotografía:	4. Límites geográficos		
1. Informante http:// www.iclan.gov.ve/				
2. Identificación del Recurso:				
Nombre:				
LAGO DE MARACAIBO				
Dirección:				
Occidente de Venezuela, estado Zulia, entre los 9° 00' y 10' 27' de latitud norte y entre los 71° 00' y 72° 20' de longitud oeste				
Parroquia:				
No aplica				
5. Clase:	Mares:	Laguna:	Aguas termales:	Quebradas:
	Lago: X	Ciénaga:	Embalse:	Otro:
	Río:	Manantiales:	Caños:	

6. Descripción:

Superficie de aguas poco profundas con una superficie de 13.280 km², con una longitud de 155 km y un ancho de 120 km. El perímetro de sus costas es de 7.38 km. y la profundidad máxima alcanza 30 mts. Por un canal natural de 30 km de longitud se comunica con la bahía El Tablazo y ésta con el golfo de Venezuela, en el mar Caribe. Afluyen al lago ríos de alto caudal como : Catatumbo, Chama, Escalante, Motatán, Santa Ana, Apón, y Palmar, así como otros del municipio Miranda como Cucuiza y el Palmar entre otros. Se encuentran alrededor del lago y en su fondo, importantes yacimientos de petróleo. Esta rica fauna está acompañada de una vegetación múltiple que abarca desde distintos tipos de bosques, hasta la vegetación xerófila, destacándose en sus ciénagas la variedad de manglares que evitan que el mar erosione las costas, al mismo tiempo que sirven para la extracción de celulosas, vitaminas B12 y carbón natural. Superficie: 12.870 km²

7. Figura legal de protección	Posee:	Público:	Privado:
8. Flora	Si: X	Especifique: La depresión del Lago de Maracaibo, tiene en la parte sur una vegetación de selva hidrófila, en la parte central es herbácea, en la parte norte dada las altas temperaturas la vegetación es xerófila (cujíes, tunas y cardones)	
	No:		
9. Fauna	Si: X	Especifique: Habitan entre otras especies el camarón, el cangrejo, la corvina, la liza, la sardina. el robalo, el pargo rosado, la trucha, el flamencos, el pato, garzas azules, los buchones el caimán, la tonina, el venado, el manatíes pumas, cunagueros, jaguares,	
	No:		
10. Características del agua	Temperatura: promedio 30° C:	Color: Verdosa	
	Calidad del agua: Buena	Regular: X	Mala:
11. Característica de los suelos	Naturaleza:	Arenosos: X	Rocosos: Arcillosos:
	Otros:		
	Color:		
12. Uso Actual	Turístico Recreacional:	Pesca: X	Otro:
	Navegación: X	Deportes Náutico:	
13. Uso Potencial	Juegos: X:	Paseos: X	Deportivos: X
	Contemplación y Esparcimiento: X	Socio culturales	
14. Accesibilidad	Existe: X No existe:		
	Tipo de Accesibilidad: Terrestre: X	Carretera pavimentada:	
	Fluvial:	Senda:	
	Lacustre: X	Carretera Engranzonada:	
15. Zonas Navegables:	Si: X	No:	
	Tipos:	Ferrys: X	Catamaranes: X Lanchas: X
		Canoas: X	Piraguas: X Otras: veleros
16. Zonas aptas para el baño	Existencia de zonas: Si: No: X		
18. Restricciones	Legales :		Ecológicas:
19. Actividades:	Programadas:	Forma libre:	Ninguna:
20. Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia a partir de Caldera et al. (2000) y CORPOZULIA 2005.

Ficha de Registro 22. **Inventario de Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda. Categoría: Naturales Abióticos Tipo: Hídrico. Ciénaga el Buque**

Los Puertos de Atagracia y su puesta en valor turístico

Inventario de los Recursos Turísticos Naturales

Categoría: Naturales

Tipo: Hídricos: Manglares

Encuestador:		Fecha:		
Código:	3. Fotografía:	4. Límites geográficos		
1, Informante: Catálogo Patrimonio Cultural 2004 - 2006				
2. Identificación del Recurso:				
Nombre:				
Ciénaga El Buque				
Dirección:				
Sector Norte del Casco Histórico Frente al Lago de Maracaibo				
Parroquia:				
Atagracia				
5. Clase:	Mares:	Laguna:	Aguas termales:	Quebradas:
	Lago:	Ciénaga:	Embalse:	Otro:
	Río:	Manantiales: X	Caños:	

6. Descripción:

Es la cuna de muchas especies marinas que desovan en el lugar, además de ser plataforma ecológica sustento de la biodiversidad y de excepcional belleza paisajística ideal para el turismo de contemplación y observación de aves y especies. A lo largo de las costas del municipio se encuentran grandes extensiones de diversas especies de manglares, entre ellas mangle rojo, negro y de botoncillo. En la población de Los Puertos de Atagracia, se encuentra ubicados dos zonas de manglares o buques tanto en la zona norte llamado "ciénaga El Buque, o Las Playitas" y sur ciénaga la Salina" con características particulares para el turismo de observación natural. Ciénaga El Buque: zona ubicada en el sector Haticos Norte de la Ciudad de Los Puertos de Atagracia, cuyas alturas inferiores a la del nivel del mar, le otorgan un nivel freático alto, lo que genera un ecosistema húmedo que favorece el desarrollo del manglar en mayor medida, y distintas formas de vida adaptados a estos ecosistemas, entre ellos especies de aves, crustáceos y peces. En estas áreas desembocan las aguas de escorrentía, producto de la conformación del relieve y las pendientes del mismo que tiene dirección este-oeste. Posee recursos Bióticos: Aves: Garceta moñuda, Pelicano, Cormorán. Crustáceos: Camarones, Cangrejo. Peces: Jurel, Lisa, Mero, Robalo



7. Figura legal de protección	Posee: No	Público:	Privado:
8. Flora	Si: No:	Especifique	
9. Fauna	Si: No:	Especifique	
10. Características del agua	Temperatura: 24 °C	Color: verdosa	
	Calidad del agua: Buena	Regular: X	Mala:
11. Característica de los suelos	Naturaleza: X	Arenosos:	Rocosos: Arcillosos:
	Otros:		
	Color: Gris		
12. Uso Actual	Turístico Recreacional:	Pesca	Otro:
	Navegación:	Deportes Náutico:	
13. Uso Potencial	Juegos:	Paseos	Deportivos
	Contemplación y Esparcimiento:	Socio culturales	
14. Accesibilidad	Existe: limitada No existe:		
	Tipo de Accesibilidad: Terrestre:	Carretera pavimentada:	
	Fluvial: X	Senda:	
	Lacustre:	Carretera Engranzonada:	
15. Zonas Navegables:	Si: X	No:	
	Tipos: Ferrys	Catamaranes: Lanchas:	
	Canoas: X	Piraguas: Otras:	
16. Zonas aptas para el baño	Existencia de zonas: Si: No: X		
	Existe, sin contabilidad:	Existe con contabilidad:	No existe: X
17. Servicio al visitantes	Alimentos y Bebidas:	Guías Turística:	Muelles
	Miradores:	Señalización Vial :	Balnearios
	Sanitarios:	Señalización Turística:	Ninguno: X
	Transporte	Seguridad vial	Otros:
18. Restricciones	Legales :	Ecológicas: X	
19. Actividades:	Programadas:	Forma libre: X	Ninguna:
20. Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia 2013.

Ficha de Registro 23. **Inventario de Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda. Categoría Abiótico. Tipo Hídricos Ciénaga Los Olivitos**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

Inventario de los Recursos Turísticos Naturales
Categoría: Naturales - Abiótico
Tipo: Hídricos

Código: 1, Informante: Trabajo de campo. Catálogo Patrimonio Cultural 2004 – 2006.	3. Fotografía: 	4. Límites geográficos 
2. Identificación del Recurso: Nombre: Refugio de Fauna Silvestre Ciénaga Los Olivitos Dirección: Norte: Golfo de Venezuela; Sur población de Ancón de Iturre, Este Quisiro, Oeste Bahía El Tablazo. Parroquia: Faría		
5. Clase:	Mares: <input type="checkbox"/> Laguna: <input type="checkbox"/> Lago: <input type="checkbox"/> Ciénaga: <input checked="" type="checkbox"/> Río: <input type="checkbox"/> Manantiales: <input type="checkbox"/>	Aguas termales: <input type="checkbox"/> Quebradas: <input type="checkbox"/> Embalse: <input type="checkbox"/> Otro: <input type="checkbox"/> Caños: <input type="checkbox"/>


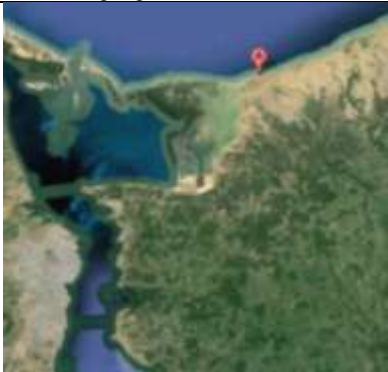
6. Descripción: La ciénaga Los Olivitos es un humedal costanero formado por exuberantes manglares rojos, negros blancos y botoncillos; lagunas; salinetas, salinas, dunas playas, albuferas y la planicie de explayamiento de los ríos Cucuiza y el Palmar, que constituyen el principal aporte de agua del humedal, que cubren alrededor de 26.000 h, considerada como el reservorio de peces más grande de América. Por decreto de la presidencia de la República en el año 1986 fue declarada como refugio de aves y reservas de peces bajo la supervisión del Ministerio del Ambiente. En 1996 fue acreditado por la Convención RAMSAR como un humedal de Importancia Internacional. Se estima que en esta zona existen 130 especies de aves y 70 especies de peces, los cuales en su adultez ingresan a las aguas del lago y otros al Golfo de Venezuela. Entre las especies que se encuentran están los caimanes de la costa (<i>Cocodrilus acutus</i>), caminantes, manatíes, meros, róbalos, bagres, lisa, jurel, macabí, y camarones. También numerosas especies de aves residentes y migratorias como flamencos (<i>Phoenicopterus</i>), (contando con la población reproductiva más importante del país), garzas, pelicanos, galandra (especie endémica del estado Zulia), cuquilla, licuas, gaviotas entre otras.	
7. Figura legal de protección	Posee: Si <input type="checkbox"/> Público: <input checked="" type="checkbox"/> Privado: <input type="checkbox"/> Ministerio del Ambiente 1986 / Convención RAMSAR: 1996
8. Adscripción	Pública: <input checked="" type="checkbox"/> Privada: <input type="checkbox"/> Mixta: <input type="checkbox"/> Desconocida: <input type="checkbox"/> Ente adscrito: Inparque.
9. Flora	Si: <input checked="" type="checkbox"/> No: <input type="checkbox"/> Especifique
10. Fauna	Si: <input checked="" type="checkbox"/> No: <input type="checkbox"/> Especifique
11. Características del agua	Temperatura: <input type="checkbox"/> Color: Verdosa Calidad del agua: Buena <input checked="" type="checkbox"/> Regular: <input type="checkbox"/> Mala: <input type="checkbox"/>
12. Característica de los suelos	Naturaleza: <input type="checkbox"/> Arenosos: <input type="checkbox"/> Rocosos: <input type="checkbox"/> Arcillosos: <input checked="" type="checkbox"/> Color: Gris Otros: <input type="checkbox"/>
13. Uso Actual	Turístico Recreacional: <input type="checkbox"/> Pesca <input type="checkbox"/> Otro: <input checked="" type="checkbox"/> Navegación: <input type="checkbox"/> Deportes Náutico: <input type="checkbox"/>
14. Uso Potencial	Juegos: <input type="checkbox"/> Paseos: <input checked="" type="checkbox"/> Deportivos <input type="checkbox"/> Contemplación y Esparcimiento: <input checked="" type="checkbox"/> Socio culturales: <input type="checkbox"/>
15. Accesibilidad	Existe: <input checked="" type="checkbox"/> No existe: <input type="checkbox"/> Tipo de Accesibilidad: Terrestre: <input type="checkbox"/> Carretera pavimentada: <input type="checkbox"/> Fluvial: <input type="checkbox"/> Senda: <input type="checkbox"/> Lacustre: <input checked="" type="checkbox"/> Carretera Engranzonada: <input type="checkbox"/>
16. Zonas Navegables:	Si: <input checked="" type="checkbox"/> No: <input type="checkbox"/> Tipos: Ferrys <input type="checkbox"/> Catamaranes: Lanchas: <input type="checkbox"/> Canoas: <input checked="" type="checkbox"/> Piraguas: Otras: <input type="checkbox"/>
17. Zonas aptas para el baño	Existencia de zonas: Si: <input type="checkbox"/> No: <input checked="" type="checkbox"/> Existe, sin contabilidad: <input checked="" type="checkbox"/> Existe con contabilidad: <input type="checkbox"/> No existe: <input type="checkbox"/>
18. Servicio al visitantes	Alimentos y Bebidas: <input type="checkbox"/> Guías Turística: <input checked="" type="checkbox"/> Muelles <input type="checkbox"/> Miradores: <input checked="" type="checkbox"/> Señalización Vial: <input type="checkbox"/> Balnearios <input type="checkbox"/> Sanitarios: <input type="checkbox"/> Señalización Turística: <input checked="" type="checkbox"/> Ninguno: <input type="checkbox"/> Transporte: <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad vial <input type="checkbox"/> Otros: <input type="checkbox"/>
19. Restricciones	Legales: <input checked="" type="checkbox"/> Ecológicas: <input checked="" type="checkbox"/>
20. Actividades:	Programadas: <input type="checkbox"/> Forma libre: <input type="checkbox"/> Ninguna: <input checked="" type="checkbox"/>
21. Observaciones:	Para los mirandinos como los pescadores constituye una fuente de ingresos ya que utilizan sus embarcaciones para trasladar turistas a la zona, así como para los que se dedican a recoger plumas de garzas para la confección de almohadas.

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 24. **inventario de Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda. Categoría Abiótico Tipo Hídricos / Costas: Playa Quisiro**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos Naturales
Categoría: Naturales Abióticos
Tipo: Hídricos Costas**



Encuestado:				Fecha:			
Código:	3. Fotografía:			4. Límites geográficos			
1, Informante Trabajo de campo. Catálogo Patrimonio Cultural 2004 - 2006							
2. Identificación del Recurso:							
Nombre:							
Playa Quisiro							
Dirección:							
Extremo noreste del municipio Miranda.	Playa: <input checked="" type="checkbox"/> Barra: <input type="checkbox"/>			Bahía: <input type="checkbox"/> Otro: <input type="checkbox"/>			
Parroquia:							
Faria							
5. Clase:							
6. Descripción: Ubicada frente al mar Caribe, presenta unos 20 km de costa. La playa presenta un intenso oleaje. Por ser una playa con aguas de Mar no presenta niveles de contaminación. es muy visitada en temporadas altas y fines de semana. Para llegar a la zona se debe recorrer un paisaje de características desérticas y con muy poca vegetación solo cercanas al sitio de tipo xerófila, típica de la región. Es muy visitada en temporadas altas y fines de semana, a pesar de no contar con infraestructura turística excepto algunos restaurantes y cabañas para alquiler.							
7. Figura legal de protección	Posee:		Público:		Privado:		
8. Adscripción	Pública: <input checked="" type="checkbox"/>		Privada:		Mixta:		Desconocida:
Ente adscrito: Alcaldía Bolivariana Municipio Miranda.							
9. Flora	Si: No: <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique				
10. Fauna	Si: No: <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique				
11. Características del agua	Temperatura: 24%			Color: Celeste o amarilla según época del año			
Calidad del agua: Buena: <input checked="" type="checkbox"/> Regular: Mala:							
12. Característica de los suelos	Naturaleza: <input checked="" type="checkbox"/>		Arenosos:		Rocosos:		Arcillosos:
Otros:							
Color: Blanco							
13. Uso Actual	Turístico Recreacional: <input checked="" type="checkbox"/>			Pesca		Otro:	
Navegación: Deportes Náutico: <input checked="" type="checkbox"/>							
14. Uso Potencial	Juegos: <input checked="" type="checkbox"/>			Paseos		Deportivos: <input checked="" type="checkbox"/>	
Contemplación y Esparcimiento: <input checked="" type="checkbox"/> Socio culturales							
15. Accesibilidad	Existe: <input checked="" type="checkbox"/> No existe:						
Tipo de Accesibilidad: Terrestre: <input checked="" type="checkbox"/>				Carretera pavimentada: <input checked="" type="checkbox"/>			
Fluvial:				Senda:			
Lacustre: <input checked="" type="checkbox"/>				Carretera Engrazonada:			
16. Zonas Navegables:	Si: <input checked="" type="checkbox"/> No:						
Tipos:		Ferryes		Catamaranes: <input checked="" type="checkbox"/>		Lanchas: <input checked="" type="checkbox"/>	
		Canoas: <input checked="" type="checkbox"/>		Piraguas: Otras: <input checked="" type="checkbox"/>		Motos de agua	
17. Zonas aptas para el baño	Existencia de zonas: Si: <input checked="" type="checkbox"/> No:						
Existe, sin contabilidad:		Existe con contabilidad:			No existe:		
18. Servicio al visitantes	Alimentos y Bebidas: <input checked="" type="checkbox"/>		Guías Turística:		Muelles		
Miradores:		Señalización Vial : <input checked="" type="checkbox"/>		Balnearios			
Sanitarios:		Señalización Turística:		Ninguno:			
Transporte		Seguridad vial		Otros:			
19. Restricciones	Legales :		Ecológicas:				
20. Actividades:	Programadas:		Forma libre:		Ninguna:		
21. Observaciones:							

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 25. **inventario de Recursos Turísticos Naturales del Municipio Miranda. Categoría Abiótico Tipo Hídricos / Costas: Playa Punta Vigía**

Los Puertos de Atagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos Naturales
Categoría: Naturales Abióticos
Tipo: Híbridos Costas**

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Límites geográficos	
1. Informante: Trabajo de campo. Catálogo Patrimonio Cultural 2004 - 2006			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Playa Punta Vigía			
Dirección:			
Extremo noroeste del municipio Miranda.			
Parroquia:			
San José			
5. Clase:	Playa: <input checked="" type="checkbox"/>	Barra:	Bahía: <input type="checkbox"/> Otro: <input type="checkbox"/>
6. Descripción: Ubicada al extremo norte del municipio Miranda, en una punta geográfica donde estratégicamente se dice sirvió de sitio de vigilancia en tiempos de piratas y corsarios que llegaban a tierra firme por el lago y el mar Caribe. Cuenta con una extensión superior a 1 km de aguas tranquilas por el este y hacia el oeste una fuerte corriente que se genera por el canal de navegación del lago. Presenta un promotorio de piedra de ojo y arcilla, semejante a un farallón de mediana altura que representa el paisaje más relevante en el lugar y al que debe su nombre. existe un punto de referencia para establecer coordenadas geográficas implantadas por el extinto Ministerio de Obras Públicas en el año 1959.			
7. Figura legal de protección	Posee: <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Público:	<input type="checkbox"/> Privado:
8. Adscripción	<input checked="" type="checkbox"/> Pública:	<input type="checkbox"/> Privada:	<input type="checkbox"/> Mixta: <input type="checkbox"/> Desconocida:
Ente adscrito: Alcaldía Bolivariana Municipio Miranda			
9. Flora	<input type="checkbox"/> Si: <input checked="" type="checkbox"/> No:	Especifique	
10. Fauna	<input type="checkbox"/> Si: <input checked="" type="checkbox"/> No:	Especifique	
11. Características del agua	Temperatura:	Color:	
	Calidad del agua: Buena	Regular:	Mala:
12. Característica de los suelos	Naturaleza: <input checked="" type="checkbox"/>	Arenosos: <input type="checkbox"/>	Rocosos: <input checked="" type="checkbox"/> Arcillosos: <input type="checkbox"/>
	Otros:		
	Color: Blanco / rojo		
13. Uso Actual	Turístico Recreacional: <input checked="" type="checkbox"/>	Pesca	Otro: <input type="checkbox"/>
	Navegación: <input checked="" type="checkbox"/>	Deportes Náutico: <input checked="" type="checkbox"/>	
14. Uso Potencial	Juegos: <input checked="" type="checkbox"/>	Paseos: <input checked="" type="checkbox"/>	Deportivos: <input checked="" type="checkbox"/>
	Contemplación y Esparcimiento:		Socio culturales
15. Accesibilidad	Existe: <input checked="" type="checkbox"/> No existe:		
	Tipo de Accesibilidad: Terrestre: <input checked="" type="checkbox"/>		Carretera pavimentada: <input checked="" type="checkbox"/>
	Fluvial:		Senda: <input checked="" type="checkbox"/>
	Lacustre: <input checked="" type="checkbox"/>		Carretera Engranzonada:
16. Zonas Navegables:	<input type="checkbox"/> Si: <input checked="" type="checkbox"/> No:		
	Tipos:	Ferrys	Catamaranes: <input checked="" type="checkbox"/> Lanchas: <input checked="" type="checkbox"/>
		Canoas: <input checked="" type="checkbox"/>	Piraguas: Otras: Motos de agua
17. Zonas aptas para el baño	Existencia de zonas: <input checked="" type="checkbox"/> Si: <input checked="" type="checkbox"/> No:		
	Existe, sin contabilidad: <input checked="" type="checkbox"/>		Existe con contabilidad: <input type="checkbox"/> No existe:
18. Servicio al visitantes	Alimentos y Bebidas:	Guías Turística:	Muelles
	Miradores:	Señalización Vial : <input checked="" type="checkbox"/>	Balnearios
	Sanitarios:	Señalización Turística:	Ninguno:
	Transporte	Seguridad vial	Otros: cabañas de palmas
19. Restricciones	Legales :		Ecológicas:
20. Actividades:	Programadas:	Forma libre: <input checked="" type="checkbox"/>	Ninguna:
21. Observaciones:	Es una playa muy concurrida los fines de semana y en temporadas altas.		

Fuente: Elaboración propia (2013).

Anexo VII. Inventario de Recursos Turísticos Culturales Tangible

Ficha de Registro 26. **inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo Edificaciones Históricas Culturales**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

Inventario de los Recursos Turísticos Culturales Categoría: Tangibles Tipo: Edificaciones Históricas Cultural

Encuestador			Fecha:
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1. Informante: Levantamiento de campo			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Iglesia "Nuestra Señora de Altagracia"			
Dirección:			
Av. 3 entre calles 9 y 10. Sector Casco Central. Puertos de Altagracia.			
Parroquia:	Altagracia		
5. Clase:	Iglesia: X	Fuente:	Museo: Administrativo:
	Capilla:	Puente:	Teatro: Comercial:
	Convento:	Sitio Histórico:	Casa de la Cultura: Deportivo:
	Fortaleza:	Sitio Conmemorativo:	Residencial: Militar: Otro:
6. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : 02-08-1960	Estadal :	Todas :
	Nacional Estadal: 20-02-2005	Estadal-Municipal:	Ninguna
	Nacional Municipal.	Municipal:	
7. Descripción:	<p>Edificación religiosa sede principal de la parroquia Altagracia, Declarada parroquia canónica en el año 1714, siendo la segunda más antigua del estado Zulia. la edificación mantiene características de las construcciones con influencias de la colonia, su planta está dividida en tres naves enmarcada por columnas y techo de madera a dos aguas en forma de pórticos románicos, paredes de 50 cm en bahareque de piedra y cal, con elementos adosados como contramuros; sus fachadas con una arquitectura neoclásica ecléctica presenta tres puertas frontales y dos laterales enmarcadas con arcos de medio punto, sobre estas tres ventanas que definen el coro interior La fachada principal posee un frontis que culmina por un frontón triangular y debajo un rosetón en el centro con la imagen de la Virgen, enmarcada por dos torres en tres niveles como campanarios que funcionan junto al reloj del lado izquierdo de la fachada. Las dos torres terminan con unas torrecillas en dos niveles de ventanas y finalmente unas cúpulas rematadas por una cruz. Internamente al fondo de la nave central existe el altar principal en madera y laminado de oro con la imagen de la Virgen de Altagracia en el centro.</p>		
8. Proyectista:			
9. Adscripción	Pública:	Privada: X	Mixta: Desconocida:
	Ente adscrito: Diócesis de Cabimas		
10. Uso Original	Residencial:	Cultural:	Administrativo:
	Educacional:	Turístico:	Religioso: X
	Comercial:	Deportivo:	Desconocido:
11. Uso Actual	Residencial:	Cultural:	Administrativo:
	Educacional:	Turístico:	Religioso: X
	Comercial:	Deportivo:	Desconocido:
12. Fecha de construcción	Monumento Nacional según Decreto N°. 26.320, de fecha 02-08-1960		
13. Cronología	Prehispánica:	Colonial: X	Republicana: Moderna/Contemporánea:
14. Estado de conservación	Origina:	Restaurado: X	Remodelado:
15. Estado de Construcción	Bueno: X	Regular:	Deteriorado:
16. Accesibilidad	Excelente: X	Buena:	Regular: Mala:
17. Registro de visitantes	Existe, sin contabilidad:		Existe con contabilidad: No existe: X
18. Servicio al visitantes	Alimentos y Bebidas: Guías Turística: Telecomunicaciones:		
	Esparcimiento:	Señalización Vial :	Sanitarios: Todos:
	Ventas de Artesanía:	Señalización Turística:	Ninguno: X Otros:
19. Frecuencia de la visita	Diario: X	Eventuales:	Fin de semana: Ninguno:
20. Horario de visita	8.00am. A 12 m: 2:00 pm A 6:00 pm. Cerrado al público:		
	7:00 am A 8:00pm. Corrido: Otro: 8am. A 12m. y 4pm. A 8pm		
21. Actividades:	Programadas:	Forma libre:	Ninguna:
22. Observaciones:	Entre septiembre de 2013 a diciembre de 2014, se celebran trescientos años de la creación canónica como parroquia, decretando un año jubilar y de indulgencias plenarias, lo que está trayendo muchos turistas en peregrinación a visitar la Iglesia.		

Fuente: Elaboración propia (2013)

Ficha de Registro 27. **Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo Edificaciones Históricas Culturales "Museo Centro Histórico"**

Los Puertos de Atagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Tangibles
Tipo: Edificaciones Históricas Culturales**

Encuestador:				Fecha:
Código:	3. Fotografía:			4. Plano de Ubicación
1. Informante: Juan Morales				
2. Identificación del Recurso:				
Nombre:				
"El Centro Histórico y Cultural de Los Puertos de Atagracia"				
Dirección:				
Calle 9 entre avenidas 2 y 3 sector Casco Central				
Parroquia:				
Atagracia				
5. Clase:	Iglesia:	Fuente:	Museo: X	Administrativo:
	Capilla:	Puente:	Teatro:	Comercial:
	Convento:	Sitio Histórico:	Casa de la Cultura:	Deportivo:
	Fortaleza:	Sitio Conmemorativo:	Residencial:	Militar: Otro:
6. Declaratoria Patrimonial:	Nacional :	20-02-2005	Estadal :	Todas :
	Nacional Estadal:		Estadal-Municipal:	Ninguna
	Nacional Municipal.		Municipal:	

7. Descripción:

Construida aproximadamente entre mediados y finales de siglo XVIII, la actual mansión fue inaugurada el día de del Centenario de la Independencia, un 5 de julio de 1911. Construida por el mandatario español Fernando Mijares, fue residencia de su yerno José Joaquín Vale Romero quien fuera prócer de la independencia y de Francisco María Faría. En la mansión, Padilla y Manrique, proyectan la Batalla Naval del Lago de Maracaibo, que marcaría el fin del dominio realista en territorio venezolano, y la cual llevó a la firma del Tratado de Capitulación el 3 de agosto de 1823. La casa fue adquirida por las autoridades de la ciudad, sirviendo de residencia oficial. El Libertador Simón Bolívar en 1826, se hospeda en dicha residencia, ocupando la alcoba del "alto". Para 1848, se celebraron allí las conversaciones entre el Presidente de la República José Tadeo Monagas, sus Ministros, el gobierno del estado Zulia, personas representativas de la región, el Vicario Capitular y los cónsules d Estados Unidos, Inglaterra y otros países, con motivo del estado de guerra en que se había declarado la provincia, que desconocía la autoridad del presidente Monagas y le pedía que renunciara, la cual no arrojó acuerdos entre las partes. Asimismo, en el año 1865 el Mariscal Juan Crisóstomo Falcón, estuvo alojado cuando se vio en la necesidad de trasladarse para someter a Venancio Pulgar, presidente del Zulia quien prácticamente había desconocido el gobierno central. Finalmente en el siglo XIX y la primera mitad del siglo XX la casa fue paulatinamente descuidada, siendo expandido de licores y sitio de vida alegre, siendo Don Manuel Bellosso Nava quien con sentido patriótico adquiere y restaura fundando en la centenaria casona una biblioteca y un Museo.

8. Proyectista:

9. Adscripción	Pública:	Privada: X	Mixta:	Desconocida:
Ente adscrito: Fundación Belloso				
10. Uso Original	Residencial:	Cultural: X	Administrativo:	
	Educacional: X	Turístico: X	Religioso:	
	Comercial:	Deportico:	Desconocido:	
11. Uso Actual	Residencial:	Cultural: X	Administrativo:	
	Educacional: X	Turístico: X	Religioso:	
	Comercial:	Deportico:	Desconocido:	
12. Fecha de construcción	Mediados del siglo XVIII			
13. Cronología	Prehispánica:	Colonial: X	Republicana:	Moderna/Contemporánea:
14. Estado de conservación	Origina: X	Restaurado: X	Remodelado:	
15. Estado de Construcción	Bueno: X	Regular:	Deteriorado:	
16. Accesibilidad	Excelente: X	Buena:	Regular:	Mala:
17. Registro de visitantes	Existe, sin contabilidad:		Existe con contabilidad: X	No existe:
18. Servicio al visitantes	Alimentos y Bebidas:	Guías Turística:	Telecomunicaciones:	
	Esparcimiento:	Señalización Vial :	Sanitarios: X	Todos:
	Ventas de Artesanía:	Señalización Turística: X	Ninguno:	Otros:
19. Frecuencia de la visita	Diario: X	Eventuales:	Fin de semana:	Ninguno:
20. Horario de visita	8.00am. A 12 m.: X		2:00 pm A 6:00 pm. X	
	7:00 am A 8:00pm.		Corrido:	Otro:
21. Actividades:	Programadas: X	Forma libre:	Ninguna:	
22. Observaciones:				

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 28. **inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo Edificaciones Históricas Culturales MUSEO DEL HOMBRE**

Los Puertos de Atagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Tangibles
Tipo: Edificaciones Históricas Culturales**

Encuestador:		Fecha:		
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación		
1. Informante: Información de campo. Catálogo Patrimonio Cultural 2004 - 2006				
2. Identificación del Recurso:				
Nombre:				
Museo del Hombre				
Dirección:				
Av. 3 entre calle 11 y 12				
Parroquia:				
Atagracia				
5. Clase:	Iglesia:	Fuente:	Museo: X	Administrativo:
	Capilla:	Puente:	Teatro:	Comercial:
	Convento:	Sitio Histórico:	Casa de la Cultura:	Deportivo:
	Fortaleza:	Sitio Conmemorativo:	Residencial:	Militar: Otro:
6. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : 20-02-2005	Estadal :	Todas :	
	Nacional Estadal:	Estadal-Municipal:	Ninguna	
	Nacional Municipal.	Municipal:		

7. Descripción:

El museo funciona en la casa que perteneció a la educadora María Barrera. El inmueble es casa con paredes de bahareque y estructura de madera con techos de caña brava y tejas, se accesa por medio de un zaguán que comunica el exterior con el interior y que se conecta en un patio interno como todas las casas de origen colonial de los Puertos, donde todas las habitaciones esta alrededor de este patio interno. La colección la conforma una serie de vasijas encontradas en diversos yacimientos del municipio Miranda. Algunas de ellas son de arcilla gris y otras de roja, otras están pintadas con pigmentos rojos y negros. Existen otras en forma biconvexa con dos caras que muestran una figura antropomorfa hecha de arcilla rojas entre otras.

Igualmente hay una serie de objetos procedentes de sitios arqueológicos como el Mecocal, donde se presumen funcionó como asentamiento indígena en la época prehispánica destacando las estatuillas y las vasijas funerarias. Estas piezas constituyen un testimonio fehaciente de los pobladores prehispánicos y conforman un reservorio invaluable para su conocimiento.

8. Proyectista:

9. Adscripción	Pública:	Privada:	Mixta: X	Desconocida:	
	Ente adscrito:				
10. Uso Original	Residencial:	Cultural: X	Administrativo:		
	Educacional: X	Turístico: X	Religioso:		
	Comercial:	Deportico:	Desconocido:		
11. Uso Actual	Residencial:	Cultural: X	Administrativo:		
	Educacional: X	Turístico: X	Religioso:		
	Comercial:	Deportico:	Desconocido:		
12. Fecha de construcción					
13. Cronología	Prehispánica:	Colonial: X	Republicana:	Moderna/Contemporánea:	
14. Estado de conservación	Origina: X	Restaurado: X	Remodelado:		
15. Estado de Construcción	Bueno: X	Regular:	Deteriorado:		
16. Accesibilidad	Excelente: X	Buena:	Regular:	Mala:	
17. Registro de visitantes	Existe, sin contabilidad:		Existe con contabilidad:	No existe: X	
18. Servicio al visitantes	Alimentos y Bebidas:		Guías Turística: X	Telecomunicaciones:	
	Esparcimiento:		Señalización Vial :	Sanitarios: X	Todos:
	Ventas de Artesanía:		Señalización Turística:	Ninguno:	Otros:
19. Frecuencia de la visita	Diario:	Eventuales: X	Fin de semana:	Ninguno:	
20. Horario de visita	8.00am. A 12 m: X		2:00 pm A 6:00 pm. X		
	7:00 am A 8:00pm.		Corrido:		
21. Actividades:	Programadas:		Forma libre:		
			Ninguna: X		
22. Observaciones:	Actualmente requiere reparación y mantenimiento.				

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 29. **inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo Edificaciones Históricas Culturales Casa Museo "GABRIEL BRACHO"**

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

Inventario de los Recursos Turísticos Culturales

Categoría: Tangibles

Tipo: Edificaciones Históricas Culturales

Encuestador:			Fecha:	
Código:	3. Fotografía:		4. Plano de Ubicación	
1. Informante: Catálogo Patrimonio Cultural 2004 - 2006				
2. Identificación del Recurso:				
Nombre:				
Casa Museo Gabriel Bracho				
Dirección:				
Av. 2 entre calles 7 y 8				
Parroquia:	Altagracia			
5. Clase:	Iglesia:	Fuente:	Museo:	Administrativo:
	Capilla:	Puente:	Teatro:	Comercial:
	Convento:	Sitio Histórico:	Casa de la Cultura:	Deportivo:
	Fortaleza:	Sitio Conmemorativo:	Residencial:	Militar: Otro:
6. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : 20-02-2005 Estatal : Todas :			
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna			
	Nacional Municipal. Municipal:			

7. Descripción:

El 27 de mayo de 1977 el artista plástico Gabriel Bracho conocido internacionalmente por sus murales y vitrales funda esta casa museo, como un legado para sus conterráneos.

Esta mansión está ubicada en la avenida 2 entre calle 7 y 8, de los Puertos de Altagracia. En ella nació el artista Bracho, el 25 de mayo de 1915, por su propia voluntad, decidió dejar sus conocimientos, experiencias y parte de su extensa obra, de la cual es fiel ejemplo el mural los Puertos y el Petróleo, el que plasmara en un área de más de cien metros cuadrados (100 mts²) de su hogar natal, que se ha convertido en un santuario artístico, cultural, educativo y turístico, al servicio de la comunidad mirandina y de todos los visitantes que ha diario acuden a esa tierra de gracia.

8. Proyectista:


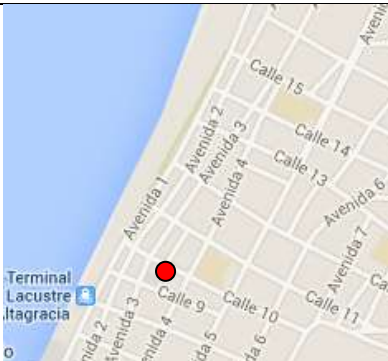
9. Adscripción	Pública:	Privada: X	Mixta:	Desconocida:
	Ente adscrito:			
10. Uso Original	Residencial: X	Cultural:	Administrativo:	
	Educacional:	Turístico:	Religioso:	
	Comercial:	Deportivo:	Desconocido:	
11. Uso Actual	Residencial:	Cultural: X	Administrativo:	
	Educacional: X	Turístico: X	Religioso:	
	Comercial:	Deportivo:	Desconocido:	
12. Fecha de construcción	Inauguración: 27 de mayo de 1977			
13. Cronología	Prehispánica:	Colonial:	Republicana:	Moderna/Contemporánea: X
14. Estado de conservación	Origina:	Restaurado: X	Remodelado:	
15. Estado de Construcción	Bueno: X	Regular:	Deteriorado:	
16. Accesibilidad	Excelente:	Buena: X	Regular:	Mala:
17. Registro de visitantes	Existe, sin contabilidad: X		Existe con contabilidad: No existe:	
18. Servicio al visitantes	Alimentos y Bebidas:	Guías Turística: X	Telecomunicaciones:	
	Esparcimiento: X	Señalización Vial :	Sanitarios: X	Todos:
	Ventas de Artesanía:	Señalización Turística:	Ninguno:	Otros:
19. Frecuencia de la visita	Diario: X	Eventuales:	Fin de semana:	Ninguno:
20. Horario de visita	8.00am. A 12 m: X	2:00 pm A 6:00 pm. X	Cerrado al público:	
	7:00 am A 8:00pm.	Corrido:	Otro:	
21. Actividades:	Programadas:	Forma libre: X	Ninguna:	
22. Observaciones:				

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 30. **Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo Edificaciones Históricas Culturales Casa la Mansión de los Lobos**

Los Puertos de Atagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Tangibles
Tipo: Edificaciones Históricas Culturales**

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:		4. Plano de Ubicación
1. Informante: Catálogo Patrimonio Cultural 2004 - 2006			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Casa Mansión de Los Lobos			
Dirección:			
Calle 9 (callejón El Zumbido), entre Av. 4 y 5.			
Parroquia:	Iglesia: Fuente: Museo: Administrativo:		
Atagracia	Capilla: Puente: Teatro: Comercial:		
5. Clase:	Convento: Sitio Histórico: Casa de la Cultura: Deportivo:		
	Fortaleza: Sitio Conmemorativo: Residencial: X Militar: Otro:		
6. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : 20-02-2005 Estatal : Todas :		
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna		
	Nacional Municipal. Municipal:		
7. Descripción: Inmueble de una sola planta, de fachada sencilla con una puerta de acceso principal en el extremo izquierdo, protegida por dobles hojas de madera y a su derecha dos ventanas rectangulares con repisa quita polvo y rejas. La estructura del techo es en madera a dos aguas en láminas metálicas, las paredes en bahareque dividen el espacio entre ellos cuatro habitaciones, sala comedor cocina baño con pisos en caico la casa está pintada con colores alegres, típico de la zona, en ellas se encuentran dos murales del reconocido artista plástico internacional atagraciano Gabriel Bracho denominado "Caja Plástica". Actualmente está habitada.			
8. Proyectista:			
9. Adscripción	Pública:	Privada: X	Mixta: Desconocida:
	Ente adscrito: Propietario Guido Puche Nava		
10. Uso Original	Residencial: X	Cultural:	Administrativo:
	Educacional:	Turístico:	Religioso:
	Comercial:	Deportivo:	Desconocido:
11. Uso Actual	Residencial: X	Cultural: X	Administrativo:
	Educacional:	Turístico:	Religioso:
	Comercial:	Deportivo:	Desconocido:
12. Fecha de construcción			
13. Cronología	Prehispánica:	Colonial:	Republicana: Moderna/Contemporánea:
14. Estado de conservación	Origina:	Restaurado:	Remodelado: X
15. Estado de Construcción	Bueno: X	Regular:	Deteriorado:
16. Accesibilidad	Excelente: X	Buena:	Regular: Mala:
17. Registro de visitantes	Existe, sin contabilidad:		Existe con contabilidad: No existe: X
18. Servicio al visitantes	Alimentos y Bebidas:	Guías Turística:	Telecomunicaciones:
	Esparcimiento:	Señalización Vial :	Sanitarios: X Todos:
	Ventas de Artesanía:	Señalización Turística:	Ninguno: Otros:
19. Frecuencia de la visita	Diario:	Eventuales: X	Fin de semana: Ninguno:
20. Horario de visita	8.00am. A 12 m:	2:00 pm A 6:00 pm.	Cerrado al público: X
	7:00 am A 8:00pm.	Corrido:	Otro:
21. Actividades:	Programadas: X	Forma libre:	Ninguna:
22. Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 31. **Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo: Sectores Urbanos. Sector urbano Casco Histórico de Los Puertos de Atagracia**

Los Puertos de Atagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Tangible
Tipo: Sectores Urbanos**

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1. Informante:			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Sector Plaza Miranda			
Dirección:			
Entre Av 2 y 3			
Parroquia:	Atagracia		
5. Clase:	Histórico: X Artesanal:	Religioso: Otros:	
	Ambiental:	Étnico:	Arquitectónico:
6. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : 20-02-2005 Estatal : Todas :		
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna		
	Nacional Municipal. Municipal:		
7. Forma de Uso	Activa: Pasiva: X Ninguna:		

8. Descripción:

El Casco Histórico de Atagracia, está emplazado sobre una planicie de acumulación sedimentaria, a una altura de seis metros sobre el nivel del mar, de configuración topográfica plana, a orillas del Lago de Maracaibo, el sector está amparado por una poligonal comprendida por veintiuna (21) manzanas, entre la calle 6 (Caldera), hasta la calle 13, unidas por cuatro avenidas: avenida 1 (Padilla), avenida 2 (Batista – Calle de la Playa), avenida 3 (Fariás – La Calle del medio), y avenida 4 (Febres Cordero – Calle del Monte). Es importante resaltar que dentro de esta área de protección la línea de costa o frente de agua no está incluido dentro de la poligonal decretado como "Sitio de Valor Histórico"

Está conformada mayoritariamente por inmuebles de uso residencial, construidas entre 1850 y 1920. Estas construcciones apareadas muestran características arquitectónicas propias de la época, como estructuras de bahareque (barro madera y piedra de ojo), techos de madera caña y tejas, los pisos en caico, ladrillos o mosaicos de colores, ventanas verticales de madera, las fachadas presentan una altura entre 5 y 7 mts. por 8 a 12 mts de ancho,



9. Uso Original	Residencial:	Cultural:	Administrativo:
	Educacional:	Turístico:	Religioso:
	Comercial:	Deportico:	Desconocido:
10. Uso Actual	Residencial:	Cultural:	Administrativo:
	Educacional:	Turístico:	Religioso:
	Comercial:	Deportico:	Desconocido:
11. Fecha de Fundación	Fecha de inicio de la fundación, el 8 de septiembre de 1529 / Con categoría de Villa en el año 1600 por mandato del Rey de España		
12. Cronología	Prehispánica:	Colonial: X	Republicana: Moderna/Contemporánea:
13. Estado de conservación	Origina:	Restaurado:	Remodelado:
14. Estado de Construcción	Bueno:	Regular:	Deteriorado:
15. Accesibilidad	Excelente:	Bueno:	Regular: Malo:
16. Espacio de interés	Plazas:		
	Calles:		
	Edificios:		
	Paseos:		
	Otros:		
17. Servicio al visitantes	Alimentos y Bebidas:	Guías Turística:	Telecomunicaciones:
	Esparcimiento:	Señalización Vial :	Sanitarios: Todos:
	Ventas de Artesanía:	Señalización Turística:	Ninguno: Otros:
18. Infraestructura	Acueducto:	Gas:	Cloacas: Teléfono:
	Drenaje:	Electricidad:	Aseo: Otro:
19. Actividades:	Programadas:	Forma libre:	Ninguna:
20. Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 32. **Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altigracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo: Sectores Urbanos. Plaza Simón Bolívar**

Los Puertos de Altigracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Tangible
Tipo: Sectores Urbanos**

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1. Informante: Catálogo Patrimonio Cultural 2004 - 2006			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Plaza Bolívar			
Dirección:			
Entra avenidas 3 y 4 y entre calle 10 y 11			
Parroquia:			
Altigracia			
5. Clase:	Histórico: <input type="checkbox"/> Artesanal: <input type="checkbox"/> Religioso: <input type="checkbox"/> Otros: <input type="checkbox"/>		
	Ambiental: <input type="checkbox"/> Étnico: <input type="checkbox"/> Arquitectónico: <input type="checkbox"/>		
6. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : 20-02-2005 Estatal : Todas :		
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna		
	Nacional Municipal. Municipal:		
7. Forma de Uso	Activa: Pasiva: <input checked="" type="checkbox"/> Ninguna:		
8. Descripción: Sitio urbano erigido en el siglo XX que ocupa una manzana. El diseño de la misma está marcado por un eje que central que divide el espacio en dos mitades hacia la base circular de la estatua pedestre de Simón Bolívar resaltada por una fuente y espejo de agua que rodea la base de la esfinge. Tanto las jardineras como las formas internas de la circulación presentan formas y circulares con acondicionamientos para sentarse los visitantes, generando un dinamismo en los recorridos internos, hechas todas en concreto armada en obra limpia, los pisos están todos revestidos en canto rodado color ladrillo, tiene variedad de árboles en todo el espacio. Es un lugar de encuentro donde se celebran eventos artísticos, sociales y conmemorativos.			
9. Uso Original	Residencial: <input type="checkbox"/>	Cultural: <input checked="" type="checkbox"/>	Administrativo: <input type="checkbox"/>
	Educacional: <input type="checkbox"/>	Turístico: <input type="checkbox"/>	Religioso: <input type="checkbox"/>
	Comercial: <input type="checkbox"/>	Deportivo: <input type="checkbox"/>	Desconocido: <input type="checkbox"/>
10. Uso Actual	Residencial: <input type="checkbox"/>	Cultural: <input checked="" type="checkbox"/>	Administrativo: <input type="checkbox"/>
	Educacional: <input checked="" type="checkbox"/>	Turístico: <input checked="" type="checkbox"/>	Religioso: <input type="checkbox"/>
	Comercial: <input type="checkbox"/>	Deportivo: <input type="checkbox"/>	Desconocido: <input type="checkbox"/>
11. Fecha de Fundación	Fecha de remodelación 1994		
12. Cronología	Prehispánica: <input type="checkbox"/>	Colonial: <input type="checkbox"/>	Republicana: <input type="checkbox"/>
			Moderna/Contemporánea: <input checked="" type="checkbox"/>
13. Estado de conservación	Origina: <input type="checkbox"/>	Restaurado: <input type="checkbox"/>	
		Remodelado: <input checked="" type="checkbox"/>	
14. Estado de Construcción	Bueno: <input checked="" type="checkbox"/>	Regular: <input type="checkbox"/>	Deteriorado: <input type="checkbox"/>
15. Accesibilidad	Excelente: <input type="checkbox"/>	Bueno: <input type="checkbox"/>	Regular: <input type="checkbox"/>
			Malo: <input type="checkbox"/>
16. Espacio de interés	Plazas: <input checked="" type="checkbox"/>		
	Calles: <input type="checkbox"/>		
	Edificios: <input type="checkbox"/>		
	Paseos: <input type="checkbox"/>		
	Otros: <input type="checkbox"/>		
17. Servicio al visitantes	Alimentos y Bebidas: <input type="checkbox"/>	Guías Turística: <input type="checkbox"/>	Telecomunicaciones: <input type="checkbox"/>
	Esparcimiento: <input checked="" type="checkbox"/>	Señalización Vial : <input type="checkbox"/>	Sanitarios: <input type="checkbox"/>
	Ventas de Artesanía: <input type="checkbox"/>	Señalización Turística: <input type="checkbox"/>	Ninguno: <input type="checkbox"/>
			Otros: <input type="checkbox"/>
18. Infraestructura	Acueducto: <input checked="" type="checkbox"/>	Gas: <input type="checkbox"/>	Cloacas: <input type="checkbox"/>
	Drenaje: <input checked="" type="checkbox"/>	Electricidad: <input checked="" type="checkbox"/>	Aseo: <input checked="" type="checkbox"/>
			Teléfono: <input type="checkbox"/>
			Otro: <input type="checkbox"/>
19. Actividades:	Programadas: <input checked="" type="checkbox"/>	Forma libre: <input type="checkbox"/>	Ninguna: <input type="checkbox"/>
20. Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 33. **inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo: Sectores Urbanos. Plaza Francisco de Miranda**

Los Puertos de Atagracia y su puesta en valor turístico

Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Tangible
Tipo: Sectores Urbanos

Encuestador:	Fecha:			
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación		
1. Informante: Estudio de campo. Cuaderno Fundación del Niño.				
2. Identificación del Recurso:				
Nombre:				
Plaza Francisco de Miranda				
Dirección:				
Entra avenidas 2 y 3 y entre calle 9 y 10				
Parroquia:				
Atagracia				
5. Clase:	Histórico: X	Artesanal:	Religioso	Otros:
	Ambiental:	Étnico:	Arquitectónico:	
6. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : 20-02-2005 Estatal : Todas :			
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna			
	Nacional Municipal. Municipal:			
7. Forma de Uso	Activa: Pasiva: X Ninguna:			

8. Descripción:

El 10 de Enero de 1910 por decreto del Consejo Municipal, se le denomina Plaza Miranda en forma oficial. Esa plaza era la primera y fundamental de la naciente puebla colonial del siglo XVI. Era sitio público, el aviso era el tambor; donde se leían los decretos y ordenanzas. También, mercado y establo de ese antiguo Pasaje y Puerto de Coro. En esta plaza se rememora el martirio de Domitila Flore, siendo testigo del grito de esta heroína atagraciana cuando ante los requerimientos amorosos del General Morales manifiesta "Prefiero beberme un vaso con veneno, antes que aceptar a un enemigo de mi Patria" y lanzar luego un salvazo al rostro del oficial, lo que le produjo ser atada a un poste y martirizarla hasta su muerte. Asimismo en esta Plaza se vio el encuentro de Bolívar con una ex - esclava llamada Candelaria Zárraga, siendo una gran lección de democracia cuando esta humilde mujer lo esperaba para agradecerle que ya no tuviera amo. Esta Plaza, originalmente denominada plaza mayor construida en el siglo XVII, como todos los pueblos construidos en la época de la colonia, espacio que estructuraba la retícula urbana del casco histórico y fundacional del pueblo, la que dio paso a la actual plaza. Ocupa la manzana más representativa del centro urbano, histórico, cultural y religioso del la Villa Procer del Zulia. Alrededor de este espacio se encuentra la Iglesia "Nuestra Señora de Atagracia", la sede de la Alcaldía de Miranda, la intendencia y el Museo "Centro Histórico de Atagracia. Se supone que su construcción fue en la década de los ochenta, presenta una estatua pedestre que resalta la dedicación de la plaza al héroe de la conquista Francisco de Miranda, cosa curiosa ya que en Venezuela la plaza principal está dedicada al Libertador Simón Bolívar, realizada con pisos de concreto armado con revestimiento en canto rodad de color rojo, jardineras como elementos para definir circulación y una tarima para eventos culturales que tiene en su fondo un gran mural del artista plástico internacional oriundo de Los Puertos: "Gabriel Bracho".

9. Uso Original	Residencial:	Cultural: X	Administrativo: X	
	Educacional:	Turístico:	Religioso:	
	Comercial:	Deportivo:	Desconocido: X	
10. Uso Actual	Residencial:	Cultural: X	Administrativo:	
	Educacional: X	Turístico: x	Religioso:	
	Comercial:	Deportivo:	Desconocido:	
11. Fecha de Fundación	El 10 de Enero de 1910			
12. Cronología	Prehispánica:	Colonial:	Republicana:	Moderna/Contemporánea: X
13. Estado de conservación	Origina:	Restaurado:	Remodelado: X	
14. Estado de Construcción	Bueno: X	Regular:	Deteriorado:	
15. Accesibilidad	Excelente: X	Bueno:	Regular:	Malo:
16. Espacio de interés	Plazas: X			
	Calles:			
	Edificios:			
	Paseos:			
17. Servicio al visitantes	Alimentos y Bebidas:	Guías Turística:	Telecomunicaciones:	
	Esparcimiento:	Señalización Vial :	Sanitarios:	Todos:
	Ventas de Artesanía:	Señalización Turística: X	Ninguno:	Otros:
18. Infraestructura	Acueducto: X	Gas:	Cloacas:	Teléfono:
	Drenaje: X	Electricidad: X	Aseo: X	Otro:
19. Actividades:	Programadas:	Forma libre:	Ninguna:	
20. Observaciones:				


Fuente: Elaboración propia (2013).

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Ficha de Registro 34. **Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo: Sectores Urbanos Ambientales Complejos Ferial La Estacada.**

Los Puertos de Atagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Tangible
Tipo: Sectores Urbanos**

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1. Informante: Catálogo Patrimonio Cultural 2004 - 2006			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Complejos Ferial La Estacada			
Dirección:			
Av. 1, Puertos de Atagracia.			
Parroquia:			
Atagracia			
5. Clase:	Histórico:	Artesanal:	Religioso Otros:
	Ambiental: X	Étnico:	Arquitectónico:
6. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : 20-02-2005 Estatal : Todas :		
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna		
	Nacional Municipal. Municipal:		
7. Forma de Uso	Activa: X Pasiva: Ninguna:		


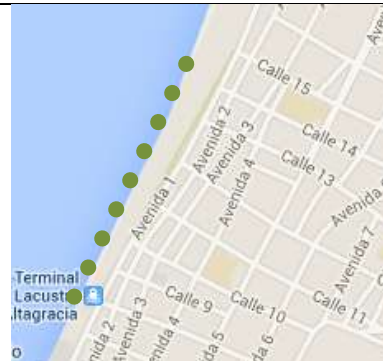
8. Descripción:: Ubicado en el extremo sur del Bulevar costanero "Almirante Padilla", a orillas de lago de Maracaibo sector el Calvario conocido como el Terraplén dado que fue el producto de un relleno que se obtuvo del dragado realizado para hacer un canal de navegación para el servicio lacustre . Tiene un área aproximada de 1.000 km2 en desniveles de concreto en forma de abanico Cuenta con una plazoleta como tarima enfrentada a un conjunto de desniveles idóneos para mejorar la visibilidad. En este sitio se realizan entre otras actividades las ferias populares en honor a la patrona Nuestra Señora de Atagracia.. La vista es muy atractiva a toda hora, pues se observa la ciudad de Maracaibo a poca distancia. Las personas se reúnen a hacer deportes, y recreación como tiempo de ocio admirando el hermoso paisaje. El proyecto original no ha podido ser concluido, sin embargo las instalaciones existentes actualmente son muy valoradas para la comunidad.			
9. Uso Original	Residencial:	Cultural: X	Administrativo:
	Educacional:	Turístico: X	Religioso:
	Comercial:	Deportivo: X	Desconocido:
10. Uso Actual	Residencial:	Cultural: X	Administrativo:
	Educacional:	Turístico: X	Religioso:
	Comercial:	Deportivo: X	Desconocido:
11. Fecha de Fundación	Su construcción data de principio de los años (0 del siglo XX.		
12. Cronología	Prehispánica:	Colonial:	Republicana: Moderna/Contemporánea: X
13. Estado de conservación	Origina:	Restaurado:	Remodelado: X
14. Estado de Construcción	Bueno: X	Regular:	Deteriorado:
15. Accesibilidad	Excelente: X	Bueno:	Regular: Malo:
16. Espacio de interés	Plazas:		
	Calles:		
	Edificios:		
	Paseos: X		
	Otros: X		
17. Servicio al visitantes	Alimentos y Bebidas: X	Guías Turística:	Telecomunicaciones:
	Esparcimiento: X	Señalización Vial :	Sanitarios: Todos:
	Ventas de Artesanía:	Señalización Turística:	Ninguno: Otros: X
18. Infraestructura	Acueducto: X	Gas:	Cloacas: Teléfono:
	Drenaje: X	Electricidad: X	Aseo: X Otro:
19. Actividades:	Programadas: X	Forma libre:	Ninguna:
20. Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia (2013)

Ficha de Registro 35. **Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Tangibles. Tipo: Sectores Urbanos Ambientales Bulevar costanero Almirante Padilla.**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Tangible
Tipo: Sectores Urbanos

Encuestador:	Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación
1. Informante: Catálogo Patrimonio Cultural 2004 - 2006		
2. Identificación del Recurso:		
Nombre:		
Boulevard costanero Almirante Padilla		
Dirección:		
Av. 1, Puertos de Altagracia.		
Parroquia:	Altagracia	
5. Clase:	Histórico: <input type="checkbox"/> Artesanal: <input type="checkbox"/> Religioso: <input type="checkbox"/> Otros: <input type="checkbox"/>	Ambiental: <input checked="" type="checkbox"/> Étnico: <input type="checkbox"/> Arquitectónico: <input type="checkbox"/>
6. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : 20-02-2005 Estatal : Todas :	
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna	
	Nacional Municipal. Municipal:	
7. Forma de Uso	Activa: <input checked="" type="checkbox"/> Pasiva: Ninguna:	
8. Descripción: Bulevar costanero "Almirante Padilla", conocido como el malecón o a tajamar, está ubicado a orillas del lago de Maracaibo. Tiene una longitud aproximada de 1.000 metros en dirección norte-sur conformado por una caminera para el disfrute de la comunidad, así como también para el uso de las personas que se dedican a la comunidad, y de las personas que se dedican a la pesca. Lo componen elementos paisajísticos naturales y arquitectónicos, jardinerías, puerto de lanchas o terminal lacustre, facilidades turísticas como restaurantes mirador turístico, dos puentes elevados. Se encuentra en sus espacios variada vegetación arbórea y flora de la región. En la zona sur está ubicado un complejo ferial con un área de usos múltiples para el esparcimiento. La vista es muy atractiva a toda hora, pues se observa la ciudad de Maracaibo a poca distancia. Las personas se reúnen a hacer deportes, turismo y recreación como tiempo de ocio admirando el hermoso paisaje. Su construcción data de principio de los años 50 del siglo XX.		
9. Uso Original	Residencial: <input type="checkbox"/> Cultural: <input checked="" type="checkbox"/> Administrativo: <input type="checkbox"/>	Educacional: <input type="checkbox"/> Turístico: <input checked="" type="checkbox"/> Religioso: <input type="checkbox"/>
	Comercial: <input type="checkbox"/> Deportivo: <input checked="" type="checkbox"/> Desconocido: <input type="checkbox"/>	
10. Uso Actual	Residencial: <input type="checkbox"/> Cultural: <input checked="" type="checkbox"/> Administrativo: <input type="checkbox"/>	Educacional: <input type="checkbox"/> Turístico: <input checked="" type="checkbox"/> Religioso: <input type="checkbox"/>
	Comercial: <input type="checkbox"/> Deportivo: <input checked="" type="checkbox"/> Desconocido: <input type="checkbox"/>	
11. Fecha de Fundación	Su construcción data de principio de los años 50 del siglo XX.	
12. Cronología	Prehispánica: <input type="checkbox"/> Colonial: <input type="checkbox"/> Republicana: <input type="checkbox"/> Moderna/Contemporánea: <input checked="" type="checkbox"/>	
13. Estado de conservación	Origina: <input type="checkbox"/> Restaurado: <input type="checkbox"/> Remodelado: <input checked="" type="checkbox"/>	
14. Estado de Construcción	Bueno: <input checked="" type="checkbox"/> Regular: <input type="checkbox"/> Deteriorado: <input type="checkbox"/>	
15. Accesibilidad	Excelente: <input checked="" type="checkbox"/> Bueno: <input type="checkbox"/> Regular: <input type="checkbox"/> Malo: <input type="checkbox"/>	
16. Espacio de interés	Plazas: <input type="checkbox"/>	Calles: <input type="checkbox"/>
	Edificios: <input type="checkbox"/>	Paseos: <input checked="" type="checkbox"/>
	Otros: <input type="checkbox"/>	
17. Servicio al visitantes	Alimentos y Bebidas: <input checked="" type="checkbox"/> Guías Turística: <input type="checkbox"/> Telecomunicaciones: <input type="checkbox"/>	Esparcimiento: <input checked="" type="checkbox"/> Señalización Vial : <input type="checkbox"/> Sanitarios: <input type="checkbox"/> Todos: <input type="checkbox"/>
	Ventas de Artesanía: <input type="checkbox"/> Señalización Turística: <input type="checkbox"/> Ninguno: <input type="checkbox"/> Otros: <input checked="" type="checkbox"/>	
18. Infraestructura	Acueducto: <input checked="" type="checkbox"/> Gas: <input type="checkbox"/> Cloacas: <input type="checkbox"/> Teléfono: <input type="checkbox"/>	Drenaje: <input checked="" type="checkbox"/> Electricidad: <input checked="" type="checkbox"/> Aseo: <input checked="" type="checkbox"/> Otro: <input type="checkbox"/>
19. Actividades:	Programadas: <input type="checkbox"/> Forma libre: <input checked="" type="checkbox"/> Ninguna: <input type="checkbox"/>	
20. Observaciones:		



Fuente: Elaboración propia (2013).

Anexo VIII. Inventario de Recursos Turísticos Culturales Intangible

Ficha de Registro 36. **inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles. Tipo Acontecimiento Programado Fiestas patronales en Honra la Virgen de Atagracia**

Los Puertos de Atagracia y su puesta en valor turístico

Inventario de los Recursos Turísticos Culturales Categoría: Intangible Tipo: Acontecimiento Programado

Encuestador:	3. Fotografía:		Fecha:
Código:	4. Plano de Ubicación		
1. Informante: Estudio de Campo	 		
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Fiestas Patronales en honor a la "Virgen de Atagracia"			
Dirección:			
Casco Central de Atagracia. Av. 3 entre calle 9 y 10 Los Puertos de Atagracia			
Parroquia:			
Atagracia.			
5. Clase:	Religioso: <input checked="" type="checkbox"/>	Deportivas: <input type="checkbox"/>	Carnavales: <input type="checkbox"/>
	Patrias: <input type="checkbox"/>	Exposiciones: <input type="checkbox"/>	Concursos de Belleza: <input type="checkbox"/>
	Ferias: <input checked="" type="checkbox"/>	Festivales: <input type="checkbox"/>	Corridos de Toros: <input type="checkbox"/>
6. Formas de uso	Activa: <input type="checkbox"/>	Pasiva: <input checked="" type="checkbox"/>	Ninguna: <input type="checkbox"/>
7. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : 20-02-2005 Estatal : Todas :		
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna		
	Nacional Municipal. Municipal:		
8. Descripción::	Es una manifestación religioso-popular que se realiza el 26 de diciembre, fecha en que se celebra el día de la Virgen de Atagracia. Es una ocasión donde la comunidad se une a través de una eucaristía y posteriormente llevar a la virgen en procesión por las calles del pueblo, donde muchos atagracianos aprovechan para pagar promesas y lucir sus mejores trajes.		
9. Fecha de Realización:	26 de Diciembre		
10. Patrocinante:	Nombre el ente o empresa: El párroco y comité fiestas patronales Mixta: <input type="checkbox"/> Desconocida: <input type="checkbox"/>		
	Promotor: Público: <input checked="" type="checkbox"/> Privado: <input checked="" type="checkbox"/>		
11. Periodicidad	Anual: <input checked="" type="checkbox"/> Otros: <input type="checkbox"/>		
12. Sede	Iglesia Nuestra Sra. de Atagracia.		
13. Actividades:	<p>Eucaristía: Se lleva a cabo en la Iglesia "Nuestra Señora de Atagracia", donde se venera la imagen. Es presidida por el Obispo de la Diócesis de Cabimas, y asisten autoridades como el Gobernador del Estado Zulia, el Alcalde del Municipio Miranda y diferentes autoridades que junto a los diferentes estratos de la sociedad se reúnen con devoción a la tradicional fiesta.</p> <p>Fiesta Popular: Entre celebraciones litúrgicas comienza una fiesta popular en la plaza Miranda espacio ubicado al frente de la iglesia, donde se organiza una retreta musical de grupos de gaiteros para entretenimiento de la comunidad asistente durante todo el día escuchando sus populares gaitas.</p> <p>Procesión: tradicionalmente por la noche sale la procesión por las antiguas calles de los Puertos en brazos de los Servidores de María, entre la alegría de la música del tradicional grupo de viento y una Banda Musical, presidida por el estandarte de la Sociedad de Hijas de María y las autoridades civiles, junto a todos los devotos fieles. La procesión se detiene en las distintas casas que le ofrecen canciones o por motivo de algún enfermo que hubiere. Las diferentes calles son adornadas para la ocasión por sus habitantes y sus casas con banderas celeste y blanca como señal de devoción mariana. Concluida la misma se lanzan un colorido espectáculo de fuegos artificiales.</p> <p>Espectáculo musical: finalmente se concluye el día con un show musical donde participan grupos y cantantes contratados por la Alcaldía municipal de proyección regional, nacional e internacional.</p>		
Observaciones:	Los feligreses se presentan de toda Venezuela qua asiste para pagar promesas a la venerada imagen.		

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 37. **inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles. Tipo: Acontecimiento Programado. Fiestas en honor a San Benito**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Intangibles
Tipo: Acontecimiento Programado**


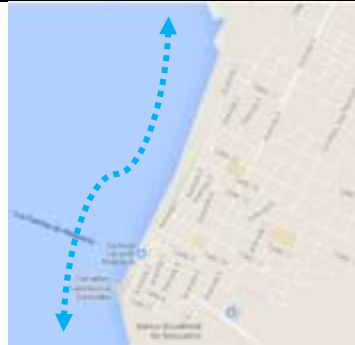
Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:		4. Plano de Ubicación
1. Informante: Catálogo Patrimonio Cultural 2004 - 2006			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Fiestas de San Benito			
Dirección:			
Iglesia San Benito sector El Guarico.			
Parroquia:			
Altagracia			
5. Clase:	Religioso: <input checked="" type="checkbox"/>	Deportivas: <input type="checkbox"/>	Carnavales: <input type="checkbox"/>
	Patrias: <input type="checkbox"/>	Exposiciones: <input type="checkbox"/>	Concursos de Belleza: <input type="checkbox"/>
	Ferias: <input type="checkbox"/>	Festivales: <input type="checkbox"/>	Corridos de Toros: <input type="checkbox"/>
6. Formas de uso	Activa: <input checked="" type="checkbox"/>	Pasiva: <input type="checkbox"/>	Ninguna: <input type="checkbox"/>
7. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : 20-02-2005 Estatal : Todas :		
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Municipal:		
	Nacional Municipal. Municipal:		
8. Descripción:			
<p>Fiesta religiosa con características del paganismo que convoca a multitudes, se celebra el 27 de diciembre como día de fiesta, y el 4 de abril como día de encuentro de imágenes de San Benito. A lo largo de todo el municipio existen vasallos o chimbangleros de San Benito, quienes tienen la función de acompañar al Santo Negro en las procesiones al son de los tambores generalmente conocidos como arrequinto, respondón y medio golpe, los cuales producen sonidos al ser golpeados por un fino palo, generando golpes que se combinan en diferentes ritmos y canticos que acompañados por bailes escolta el recorrido de la procesión del San Benito por todas las calles del pueblo. La veneración a San Benito está muy arraigada en la región zuliana, mostrando particularidades en cada región.</p>			
9. Fecha de Realización:	27 de diciembre y 4 de abril		
10. Patrocinante:	Nombre el ente o empresa: Párroco de la Iglesia, Junta de vasallos de San Benito. Promotor: Público: <input checked="" type="checkbox"/> Privado: <input type="checkbox"/>		
11. Periodicidad	Anual: <input checked="" type="checkbox"/> Otros: <input type="checkbox"/>		
12. Sede	Iglesia de San Benito / Calles de los Puertos de Altagracia.		
13. Actividades:	Procesión: El 27 de diciembre en la mañana luego de concluida la eucaristía se preparan para la procesión por las distintas calle del pueblo. se inicia con la bañada del Santo Negro con ron y aguardiente al salir de la iglesia cargada por mujeres que al son de los tambores bailan con la imagen en hombros. La procesión la dirige un guía y un par de banderas blanca y azul acompañando la procesión por un gran número de chimbangleros o vasallos que al toque de los tambores todo los asistentes bailan y bañan la imagen con el licor, la imagen también entra en muchas casas donde los residentes por alguna promesa piden bailar al santo dentro de, los recintos. Esta procesión se prolonga hasta en horas de la noche, donde retorna la imagen en el templo.		
Observaciones:			
En esta festividad se ve con claridad el sincretismo cultural presente en los pueblos del Caribe, por la fusión de culturas de influencia africanas y las tradiciones traídas por los europeos de los ritos católicos.			

Fuente: *Elaboración propia (2013).*

Ficha de Registro 38. **inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles. Tipo Acontecimiento Programado. Paseo de la Virgen de Altagracia por el lago**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Intangibles
Tipo: Acontecimiento Programado**



Encuestador:		Fecha:
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación
1, Informante: Catálogo Patrimonio Cultural 2004 - 2006		
2. Identificación del Recurso:		
Nombre:		
Paseo de la Virgen de Altagracia por el lago		
Dirección:		
Frente de agua de Los Puertos de Altagracia		
Parroquia:		
Altagracia		
5. Clase:	Religioso: <input checked="" type="checkbox"/> Deportivas: <input type="checkbox"/> Carnavales: <input checked="" type="checkbox"/>	Otros: <input checked="" type="checkbox"/>
	Patrias: <input type="checkbox"/> Exposiciones: <input type="checkbox"/> Concursos de Belleza: <input type="checkbox"/>	
	Ferias: <input type="checkbox"/> Festivales: <input type="checkbox"/> Corridas de Toros: <input type="checkbox"/>	
6. Formas de uso	Activa: <input type="checkbox"/> Pasiva: <input checked="" type="checkbox"/>	Ninguna: <input type="checkbox"/>
7. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : 20-02-2005 Estatal : Todas :	
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna	
	Nacional Municipal. Municipal:	
8. Descripción: El paseo de la Virgen de Altagracia por el lago es una tradición de los pueblos de la costa que tiene más de 60 años, consiste en llevar la imagen en lanchas por las riveras del lago de Maracaibo entre los días 15 y 26 de diciembre. La procesión es acompañada por piraguas, chalanas y canoas, todas adornadas y con músicos en su interior. Los feligreses participan en el recorrido por todos los pueblos aledaños, donde la reciben con alegría, rezos, cánticos y alabanzas. También le piden favores por la salud, la familia y por la buena pesca.		
9. Fecha de Realización:	Entre el 25 y el 26 de diciembre	
10. Patrocinante:	Nombre el ente o empresa: La comunidad	
	Promotor: Público: <input checked="" type="checkbox"/> Privado: <input type="checkbox"/>	
11. Periodicidad	Anual: <input checked="" type="checkbox"/> Otros: <input type="checkbox"/>	
12. Sede	Riveras del Lago de Maracaibo	
13. Actividades:	Desde horas de la mañana los pescadores de la zona adornan sus canoas de pesca para recorrer las riveras del Lago de Maracaibo con la imagen de la Virgen de Altagracia	
Observaciones:		

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 39. **inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles. Tipo Acontecimiento Programado. La Vuelta al Terruño y Feria Popular**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Intangibles
Tipo: Acontecimiento Programado**

Encuestador:		Fecha:
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación
1. Informante: Catálogo Patrimonio Cultural 2004 - 2006		
2. Identificación del Recurso:		
Nombre:		
La Vuelta al Terruño y Feria Popular		
Dirección:		
Plaza Miranda / Complejo ferial la Estacada	5. Clase:	
Parroquia:	Religioso: X Deportivas: Carnavales: Otros:	
Altagracia	Patrias: Exposiciones Concursos de Belleza:	
	Ferias: X Festivales: Corridos de Toros:	
	6. Formas de uso Activa: Pasiva: Ninguna:	
	7. Declaratoria Patrimonial: Nacional : 20-02-2005 Estatal : Todas :	
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna	
	Nacional Municipal. Municipal:	
8. Descripción:		
<p>La Vuelta al Terruño es una conmemoración fundada en 1961 por un grupo de altagracianos miembro de la sociedad civil, que consiste básicamente en el reencuentro entre los pobladores que una vez se fueron del municipio y aquellos que permanecen en Los Puertos de Altagracia. Aunque ha tenido modificaciones a través del tiempo, en tanto pasó de ser una fiesta sencilla donde la comunidad organizaba juego y diferentes competencias deportivas y recreativas a una feria auspiciada por la Institución Mirandina, la Fundación Feria Nuestra Señora de Altagracia y la alcaldía del municipio Miranda desde 1995. Se realiza en el marco de las festividades religiosas de la Virgen de Altagracia, entre el 18 al 27 de diciembre.</p>		
9. Fecha de Realización:		Del 18 al 27 de diciembre
10. Patrocinante:		Nombre el ente o empresa: Alcaldía del municipio / Institución Mirandina
		Promotor: Público: X Privado:
11. Periodicidad		Anual: X Otros:
12. Sede		Plaza Miranda / Centro Cultural y Ferial la Estacada
13. Actividades:		Consisten en un compendio de actividades tradicionales como elección y coronación de la reina, desfiles de carrozas y comparsas, presentación de grupos musicales, se hacen concursos de pintura al aire libre, bailes juegos tradicionales. Adicionalmente se realizan pequeños foros de discusión donde se analiza la situación del municipio.
Observaciones:		

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 40. **inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles Tipo: Manifestaciones Populares. Vía Crucis viviente**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Intangible
Tipo: Manifestación Popular**

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1, Informante: Catálogo Patrimonio Cultural 2004 - 2006			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Vía Crucis viviente.			
Dirección:			
Las diferentes calles de Los Puertos de Altagracia			
Parroquia:			
Altagracia			
5. Clase:	Creencias Mágico Religiosa:	Danzas y Bailes Populares:	Gastronomía:
	Cuentos, Leyendas y Fabelas:	Juegos Tradicionales:	Toponimia:
	Mitos	Personajes Significativos:	Otros:
6. Formas de uso	Activa:	Pasiva: X	Ninguna:
7. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : 20-02-2005 Estatal : Todas :		
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna		
	Nacional Municipal. Municipal:		
8. Descripción:			
Escenificación de la pasión y muerte de Jesucristo. Se realiza el domingo de ramos y el miércoles santo en el marco de la Semana Santa, en recorrido por las calles desde el Sector Las Playitas hasta la Iglesia Nuestra Señora de Altagracia, escenificándose varios actos que van desde la entrada de Jesús a Jerusalén, la última con sus discípulos, la pasión, el camino por hacia el Calvario, la crucifixión, y la resurrección. Tuvo sus comienzos en el año 1980, por un grupo de jóvenes de la parroquia que se organizan en un Centro Cultural denominado "Christian Oldenburg", desde la década de los noventa fue reactivada por la Fundación de Nazaret.			
9. Fecha de Realización:	Domingo de Ramos y miércoles de Ceniza		
10. Patrocinante:	Nombre el ente o empresa: Fundación Nazaret		
	Promotor: Público: Privado: X		
12. Sede	Las calles de Los Puertos.		
Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 41. **Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altigracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles Tipo: Manifestaciones Populares. Gastronomía tradicional a base de pescado, comida en coco, variedad de dulces y postres**

Los Puertos de Altigracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Intangible
Tipo:: Manifestación Popular**


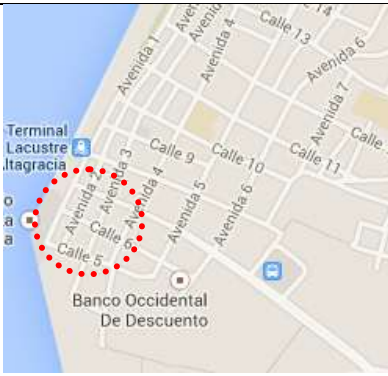
Encuestador		Hora y Fecha	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1. Informante: Catálogo Patrimonio Cultural 2004 – 2006			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Gastronomía Recetas			
Dirección:			
Todo el Municipio			
Parroquia:			
Todo el Municipio			
5. Clase:	Creencias Mágico Religiosa:	Danzas y Bailes Populares:	Gastronomía: X
	Cuentos, Leyendas y Fabulas:	Juegos Tradicionales:	Toponimia:
	Mitos	Personajes Significativos:	Otros:
6. Formas de uso	Activa:	Pasiva:	Ninguna:
7. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : 20-02-2005 Estatal : Todas :		
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna		
	Nacional Municipal. Municipal:		
8. Descripción:			
<p>En el municipio es muy común encontrar muchas recetas preparadas con pescado como: Cangrejo en coco, para su preparación se requiere cuatro kilogramos de cangrejos, cuatro cocos, dos cebollas, cuatro ramas de cebolla larga, diez ajos, cinco ajíes dulces, una cucharadita de sal y una cucharadita de orégano. Se abren las cangrejas por la parte frontal y se les extrae una capa gelatinosa de color amarillo, se lavan t se colocan en un caldero. Aparte, se licuan los cocos y con su leche se cuben totalmente la cangrejas. Se llevan a la cocina y cuando hiervan se les agregan el resto de los ingredientes, tapando el caldero. Se deja hervir por una hora, hasta que consuma gran parte de su salsa. Posteriormente se retira del fuego para servirlo.</p> <p>El Bagre en caracolitos, plato típico de la costa norte del municipio Miranda, elaborado con bagre del lago de Maracaibo. Es una especie de asopado con pasta corta, caracolitos y verduras y trozos de bagre. Todo esto se mezcla en un guiso de cebolla, cebollín, pimentón, ají dulce, sal y pimienta. S e prepara generalmente en celebraciones y, de acuerdo a la tradición de la zona, los habitantes lo consideran un afrodisíaco.</p> <p>Conserva de Coco es un dulce de la región conocido también como malderrabia, elaborado con plátanos muy maduros con la concha negra. Primero se pelan y se trituran, luego se lleva al fuego en un caldero y se le añade azúcar y vainilla, hasta obtener la consistencia deseada. Posteriormente se vierten en un molde y cuando están fríos se cortan en cuadros y se le añade azúcar blanca, lo que le da una apariencia brillantada sobre el color rojo de la conserva.</p> <p>Majarete, es un cuajado o polenta dulce. Para su preparación se utiliza harina de maíz, leche d coco y jugo de caña o papelón. En el jugo de caña se disuelve la harina de maíz y se cocina hasta que hierva, aparte de astillas de canela para que tome sabor. Luego se añade la leche de coco hasta obtener el punto idóneo, evidente cuando se forman grandes burbujas. Aún con la mezcla caliente se vierte en platos hondos, se deja enfriar y luego se es polvea con canela en polvo. La comunidad prepara este manjar generalmente en ocasiones especiales como Navidad y Semana Santa.</p>			
9. Fecha de Realización:			
10. Patrocinante:	Nombre el ente o empresa:	Mixta:	Desconocida:
	Promotor: Público: Privado:		
12. Sede			
Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia a (2013).

Ficha de Registro 42. **Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles Tipo: Manifestaciones Populares. Juegos jocosos sector El Calvario**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Intangible
Tipo: Manifestación Popular

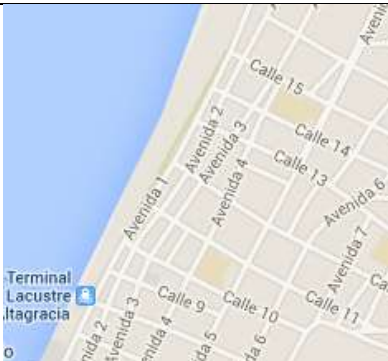
Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1. Informante: Catálogo Patrimonio Cultural 2004 - 2006			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Juegos jocosos sector El Calvario			
Dirección:			
Plaza Domitila Flore y calle 6 Sector el Calvario			
Parroquia:	Altagracia		
5. Clase:	Creencias Mágico Religiosa:	Danzas y Bailes Populares:	Gastronomía:
	Cuentos, Leyendas y Fabulas:	Juegos Tradicionales: X	Toponimia:
	Mitos	Personajes Significativos:	Otros:
6. Formas de uso	Activa: X	Pasiva:	Ninguna:
7. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : 20-02-2005 Estatal : Todas :		
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna		
	Nacional Municipal. Municipal:		
8. Descripción:			
<p>Los juegos jocosos o tradicionales del sector El Calvario tiene una tradición de más de 150 años realizándose en Los Puertos de Altagracia. Sus principales promotores han sido los miembros de la familia Sthormes, primero con Samuel Sthormes, quien residía en las cercanías de Los Puertos de Altagracia, hasta la actualidad con su nieto Jorge. Básicamente los juegos que se practican son el juego de la cucaña, que consiste en colocar una cuerda o mecate untado de jabón o grasa extendida horizontalmente y amarrada en los extremos a un tronco hincado verticalmente, a una altura de aproximadamente 1 metro. A este tronco se le insertan previamente unos prismas separados unos de otros e igualmente untados de jabón. El objetivo del juego es pasar de un extremo a otro, trepando la cuerda sin caerse. El primero que lo logre gana. Otra actividad es la carrera del enmochilado, que consiste en saltar dentro de unas cajas de cartón rectangulares dentro de unos sacos de fique hacia una meta predeterminada. Gana la competencia quien llegue primero. El juego del palo encebado, consiste en un palo largo de madera o de metal, untado previamente con grasa. El objeto de este juego es lograr asir el premio que está en la punta, casi siempre en efectivo. Carreras de patines, cuya finalidad es recorrer un circuito demarcado con obstáculos para llegar a una meta. En el juego de huevo en cucharilla se colocan varias personas unas enfrente de otras, a cierta distancia y con una cucharilla en la boca. La intención es pasar un huevo colocado en las cucharillas desde una persona a otra sin que se caiga.</p>			
9. Fecha de Realización:	25 de diciembre		
10. Patrocinante:	Nombre el ente o empresa:	Mixta:	Desconocida: X
	Promotor: Familia Sthormes Público: Privado: X		
11. Sede	Plaza Domitila Flores Sector el Calvario		
Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 43. **inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles. Tipo: Manifestaciones Populares. Modo de hablar del lugareño**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Intangible
Tipo: Manifestación Popular



Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:		4. Plano de Ubicación
1, Informante: Catálogo Patrimonio Cultural 2004 - 2006			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Modo de hablar al lugareño			
Dirección:			
Municipio Miranda			
Parroquia:			
Poblados de: Los Puertos de Altagracia, Sabaneta, Los Jovitos, Quisiro	5. Clase:		Creencias Mágico Religiosa: Danzas y Bailes Populares: Gastronomía:
	Cuentos, Leyendas y Fabulas: Mitos		Juegos Tradicionales: Personajes Significativos: Otros:
	Activa:		Pasiva: Ninguna:
7. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : 20-02-2005 Estatal : Todas :		
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna		
	Nacional Municipal. Municipal:		
8. Descripción:			
<p>Cada comunidad refleja en su lenguaje sus rasgos característicos, utilizando términos propios de la localidad para referirse a actividades como la agricultura, alimentación, vestimenta y otras facetas de su cotidianidad. Entre las particularidades del vocabulario del "puertero" del "jovitero" y del "quisireño" (dícese de personas nacidas en Los Puertos, Los Jovitos y en Quisiro). Utilizando maneras de hablar con exageraciones, doble sentido o términos muy particulares, o sonidos alargado de las sílabas. El jovitero sobre todos mantiene mucho más marcado la forma de expresarse. El tono de hablar es alto, con cierto estilo cantaito, la manera de expresar las situaciones de manera jocosa, en versos repentistas o espontáneos y chistes improvisados. La forma graciosa de expresarse la refuerza su expresión gestual al imitar con facilidad. Utilizan palabras particulares como totuma, es la mitad de un equeño, charpa especie de sandalia elaborada en cuero, chamarro, camisa manga larga sin cuello, maruja bolsa para llevar comida, teque- teque, comer en exceso.</p>			
9. Fecha de Realización:			
10. Patrocinante:	Nombre el ente o empresa:	Mixta:	Desconocida:
	Promotor: Público: Privado:		
12. Sede			
Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 44. **Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles. Tipo: Manifestaciones Populares. Encuentro Regional de Chimbangles**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Intangible
Tipo: Manifestación Popular

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1. Informante			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Encuentro regional de Chimbangles			
Dirección:			
Casco central de Los Puertos de Altagracia			
Parroquia:	5. Clase:		
Altagracia	Creencias Mágico Religiosa: <input checked="" type="checkbox"/> Danzas y Bailes Populares: <input type="checkbox"/> Gastronomía: <input type="checkbox"/>	Cuentos, Leyendas y Fabulas: <input type="checkbox"/> Juegos Tradicionales: <input type="checkbox"/> Toponimia: <input type="checkbox"/>	Mitos <input type="checkbox"/> Personajes Significativos: <input type="checkbox"/> Otros: <input type="checkbox"/>
	Activa: <input checked="" type="checkbox"/> Pasiva: <input type="checkbox"/> Ninguna: <input type="checkbox"/>		
6. Formas de uso	7. Declaratoria Patrimonial:		
	Nacional : <input checked="" type="checkbox"/> Estatal : <input type="checkbox"/> Todas : <input type="checkbox"/>		
	Nacional Estatal: <input type="checkbox"/> Estatal-Municipal: <input type="checkbox"/> Ninguna		
	Nacional Municipal. Municipal: <input type="checkbox"/>		
8. Descripción:			
Se realiza en el mes de Abril. El evento consiste en el encuentro que se tiene dentro del Casco Histórico del encuentro de imágenes de San Benito de todos las comunidades o escuela des vasallos o chimbanglers del Santo Negro. tradición muy arraizada en la cultura del Zuliano. Durante el evento se organizan comparsas y diferentes bailes al ritmo del los sonidos de tambores generalmente conocidos como arrequinto, respondón y medio golpe, los cuales producen sonidos al ser golpeados por un fino palo, generando golpes que se combina en diferentes ritmos y canticos que acompañados por bailes escolta el recorrido de la procesión del San Benito por todas las calles del pueblo			
9. Fecha de Realización:	Mes de Abril		
10. Patrocinante:	Nombre el ente o empresa:	Mixta: <input type="checkbox"/>	Desconocida: <input type="checkbox"/>
	Promotor: Comunidad Público: Privado: <input type="checkbox"/>		
12. Sede	Callesd de Los Puertos de Altagracia		
Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 45. **inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Intangibles. Tipo: Manifestaciones Populares. Peleas de gallo**

Los Puertos de Atagracia y su puesta en valor turístico

Inventario de los Recursos Turísticos Culturales
Categoría: Intangible
Tipo: Manifestación Popular



Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1. Informante			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Dirección:			
Parroquia:			
5. Clase:	Creencias Mágico Religiosa:	Danzas y Bailes Populares:	Gastronomía:
	Cuentos, Leyendas y Fabulas:	Juegos Tradicionales:	Toponimia:
	Mitos	Personajes Significativos:	Otros:
6. Formas de uso	Activa:	Pasiva:	Ninguna:
7. Declaratoria Patrimonial:	Nacional : Estatal : Todas :		
	Nacional Estatal: Estatal-Municipal: Ninguna		
	Nacional Municipal. Municipal:		
8. Descripción:			
<p>Consiste en un enfrentamiento entre dos gallos entrenados de los cuales uno se declara ganador en el caso que incapacite, haga huir o hiera mortalmente al otro. Aunque existen muchas formas y variantes de dichas peleas. Primeramente se escoge el gallo que provenga de un pequeño huevo puesto en luna llena; se registran los datos del día, mes y hora para conocer el, tiempo de crecimiento. Luego de tres o cuatro meses el gallo estará listo para los desafíos. Se alimenta con cereales, verduras, vitaminas y suero para su desarrollo. Para entrenarlos se debe colocar el gallo sobre una cuerda suspendida del suelo para que camine sobre ella y así desarrollar sus músculos.</p> <p>Una vez previsto el desafío, al gallo se le extraen las espuelas porque son muy pequeñas y se les colocan otras más grandes denominadas zapatón, que pueden ser de plástico, carey o marfil. La preparación se completa quitándole las plumas del cuerpo, las patas y el cuello, le cortan la cresta y la barba con la finalidad de que el gallo contrincante no tenga de donde asirse en el momento de la pelea. Los gallos se registran ante un árbitro para dar cuenta de su peso, estatura tamaño de las espuelas, el color y se verifica que las plumas no tengan sustancias nocivas.</p> <p>Las peleas se llevan a cabo en una edificación circular a doble altura, rodeada de gradas en las que se ubican los jueces y los espectadores. La pelea se desarrolla en el centro y es dirigida por el árbitro. Cada espectador escoge el gallo de su preferencia y realiza apuestas. la decisión de las peleas se dan en los siguientes término: gallo quebraó cuando se cae un gallo y no se levanta por lo que el dueño del mismo canta: gallo quedo, para que el árbitro pueda revisarlo y si es necesario introducirlo en una jaula durante tres minutos a ver si se recupera para incorporarlo nuevamente a la pelea, en caso contrario el árbitro finaliza la contienda. Gallo huido es cuando el gallo durante la pelea salta y se escapa del círculo de pelea, momento en el cual el árbitro lo declara perdedor. Bota espuela significa que al gallo se le ha caído la espuela y pierde. Otro canto es gallo fulminante, cuando el gallo muere en el enfrentamiento.</p>			
9. Fecha de Realización:			
10. Patrocinante:	Nombre el ente o empresa:	Mixta:	Desconocida:
	Promotor: Público: Privado:		
12. Sede			
Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia (2013).

Anexo IX. Inventario de Facilidades Turísticas

Ficha de Registro 46. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Turístico. Tipo Alojamiento "Ola Beach Altagracia".**

Inventario de Facilidades Turísticas Categoría: Equipamiento Turístico Tipo: Alojamiento

Encuestador:	3. Fotografía:			Fecha:	
Código:	 			4. Plano de Ubicación	
1. Informante: De Campo /					
2. Identificación del Recurso:					
Nombre:					
Centro Náutico y Hotel Restaurante Turístico "Ola Beach Altagracia"					
Dirección:					
Av. Principal Ancón de Iturre					
Parroquia:	5. Clase:				
San José	Hotel de Turismo:	Pensión de Turismo	Hotel residencial de Turismo		
Página Web / Correo Electrónico:	Motel de Turismo	Estancia de Turismo	Campamento de Turismo		
	Finca de Turismo	Posada de Turismo:	Establecimiento especial de alojamiento turístico: X		
6. Patente Industrial y Comercio	Si: X No: Nro.:				
	Registro Único Información Fiscal (RIF) Nro.				
	Expendido de Licores Si: X No: Nro.				
	Licencia de Turismo				
	Registro Turístico Nacional RTN:				
7. Descripción:	Es un Centro recreacional y Turístico, ubicado en la zona costera de la Bahía del Tablazo (Lago de Maracaibo), Construido en los años ochenta con el concepto de imagen de ser un "pedacito de México en el Zulia" denominado "Xochicalis", construido todo en obra limpia en ladrillos de terracota como muros portantes, y pisos de caico rojo. Ocupa un área aproximada de 2 h y consta de 20 cabañas equipadas con baño y aire acondicionado, algunas cuentan con dos o tres habitaciones, todas las cabañas están separadas y sus techos son a cuatro aguas, rodeando las piscinas y con asésos por cominerías a la playa.				
8. Horario	7.00 am – 12 pm	24 horas: X	Lunes a Viernes	Lunes a Domingo: X	
	12:00 am – 6:00 pm	Otro:	Fin de Semana:	Otro:	
9. Trabajadores	Fijos: 8 Contratados: 6				
10. Propiedad del Inmueble	Público	Privado: X	Mixto		
11. Categoría	Estrellas	Una:	Tres:	Cinco:	
		Dos:	Cuatro:	Ninguna: X	
12. Habitaciones	Nº sencillas: 12	Nº de suite	Nº suite matrimonial: 15		
	Nº dobles: 25	Nº suite presidencial	Nº de cabañas: 20		
	Nº Triples: 7	Nº suite junior	Nº de apartamento:		
	Nº cuádruple	Nº suite principal	Nº para personas discapacitadas.		
	Otro:				
	Estado de las habitaciones:	Bueno: X	Regular:	Malo:	
		Roan servicio:	WUIFI:		
	Media pensión: X	Teléfono			
	Pensión completa: X	Mini bar			
	Servicio de mucama:	Secador de pelo			
	Servicio de cunas para bebes	Caja de seguridad			
	Aire acondicionado: X				
	Televisor por cable: X				
	Otro:				
13. Servicio complementarios	Lobby-recepción	Estacionamiento: X	Floristería		
	Restaurante: X	Área Deportiva: X	Joyería		
	Cocina: X	Piscina de Adultos: X	Seguridad: X		
	Cafetería: X	Piscina de Niños: X	Taxis		
	Bar: X	Gimnasio	Librería		
	Salones para eventos y usos múltiples: X	Sauna	Parque Infantil: X		
		Spa:			
	Banquetes: X	Tintorería y Lavandería	Guardería		
	Discoteca	Servicios médicos	Áreas verdes: X		
	Salones de juegos: X	Telecomunicaciones	Barbería		
	Casinos o Salas de Bingo:	Agencias de Viajes	Peluquería		
	Otros: Viveros, Jardineras, Animales de contacto				
	14. Accesibilidad	Excelente: X	Buena:	Regular:	Mala:
15. Servicio al Visitantes	Cocina: X	Teléfonos Públicos: X:		Kareoke: X	
	Mesas de Pool/Billar: X	Muelle: X		Mesas de Juego: X	
	Estacionamiento: X	Barra: X		Sanitarios Caballeros: X	
	Vigilancia: X	Aire Acondicionado: X		Sanitarios Damas: X	
	Pista de Baile	Inflables		Otros:	
16. Áreas Deportivas	Beisbol	Básquetbol: X	Paseos: X		
	Futbol	Voleibol: X	Bolas Criollas: X		
17. Capacidad	Total Camas: 103				
18. Forma de Pago:	Tarjeta de Crédito: X	Tarjeta de Debito: X	Cheque: X	Efectivo: X:	
19. Observaciones:					

Fuente: Elaboración propia 2013.

Ficha de Registro 47. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Turístico. Tipo Alojamiento Hotel Bar RestauranteTakiko).**

**Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Equipamiento Turístico
Tipo: Alojamiento**



Encuestador:				Fecha:			
Código:	3. Fotografía:			4. Plano de Ubicación			
1. Informante:							
2. Identificación del Recurso:							
Nombre:							
Hotel Bar Restaurante Takiko.							
Dirección:							
Carretera Vía Sabaneta de Palmas. Frente a Pequiven.							
Parroquia:	San José						
Página Web / Correo Electrónico:	https://www.facebook.com/pages/Hotel-Takiko/608395195895281						
5. Clase:	Hotel de Turismo	Pensión de Turismo	Hotel residencial de Turismo				
	Motel de Turismo	Estancia de Turismo	Campamento de Turismo				
	Finca de Turismo	Posada de Turismo	Establecimiento especial de alojamiento turístico				
6. Patente Industrial y Comercio	Si: No: Nro.:						
	Registro Unico Información Fiscal (RIF) Nro.						
	Expendido de Licores Si: No: Nro.						
	Licencia de Turismo						
	Registro Turístico Nacional RTN:						
7. Descripción:	Hotel Restaurante conocidos por todos como Takiko, por el nombre de su dueña original de origen asiático, adquirió mucha fama por ser el sitio preferido de los eventos gastronómicos de la compañía petrolera Maraven y del Rotary Club de Los Puertos de Altagracia. El local fue muy bien equipado por su segunda dueña, de origen español, y las comidas y demás servicios que se prestaban en él eran muy apreciados por la comunidad. Actualmente ha sido remodelado completamente y está equipado con piscina y salón de eventos. Son una organización dedicada a la presentación de servicios de hospedaje, alimentación, recreación y eventos especiales, ofreciendo experiencias llenas de comodidad, innovación y calidad junto con productos atractivos y de primera, lo que nos permite ser los mejores con un elevado compromiso con la excelencia y cuidado Ambiental, atendiendo las necesidades de alojamiento integral para el público, ejecutivo, familiar y turístico.						
8. Horario	7.00 am – 12 pm	24 horas	Lunes a Viernes	Lunes a Domingo			
	12:00 am – 6:00 pm	Otro:	Fin de Semana:	Otro:			
9. Trabajadores	Fijos: Contratados:						
10. Propiedad del Inmueble	Público		Privado:		Mixto		
11. Categoría	Estrellas		Una:	Tres:	Cinco:		
			Dos:	Cuatro:	Ninguna:		
12. Habitaciones	Nº sencillas	Nº de suite	Nº suite matrimonial				
	Nº dobles	Nº suite presidencial	Nº de cabañas				
	Nº Triples	Nº suite junior	Nº de apartamento:				
	Nº cuádruple	Nº suite principal	Nº para personas discapacitadas.				
	Otro:						
	Estado de las habitaciones:		Bueno	Regular:	Malo:		
			Roan servicio:	WUIFI:		Teléfono	
			Media pensión	Minibar		Secador de pelo	
			Pensión completa:	Aire acondicionado		Televisor por cable	
			Servicio de mucama:	Otro:			
			Servicio de cunas para bebés				
			Caja de seguridad				
			Televisor por cable				
			Otro:				
12. Servicio complementarios	Lobby-recepción	Estacionamiento	Floristería				
	Restaurante	Área Deportiva	Joyería				
	Cocina	Piscina de Adultos	Seguridad				
	Cafetería	Piscina de Niños	Taxis				
	Bar	Gimnasio	Librería				
	Salones para eventos y usos múltiples	Sauna	Parque Infantil				
		Spa:					
	Banquetes	Tintorería y Lavandería	Guardería				
	Discoteca	Servicios médicos	Áreas verdes				
	Salones de juegos	Telecomunicaciones	Barbería				
	Casinos o Salas de Bingo:	Agencias de Viajes	Peluquería				
15. Accesibilidad	Excelente:		Buena:	Regular:	Mala:		
16. Servicio al Visitantes	Cocina:	Teléfonos Públicos:		Karaoke:			
	Mesas de Pool/Billar:	Muelle		Mesas de Juego:			
	Estacionamiento:	Barra		Sanitarios Caballeros:			
	Vigilancia	Aire Acondicionado		Sanitarios Damas			
	Pista de Baile	Inflables		Otros:			
19. Áreas Deportivas	Beisbol	Básquetbol		Paseos			
	Futbol	Voleibol		Bolas Criollas			
20. Capacidad	Total Camas:						
21. Forma de Pago:	Tarjeta de Crédito:		Tarjeta de Debito:		Cheque		Efectivo:
23. Observaciones:							

Fuente: Elaboración propia (2013).

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Ficha de Registro 48. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altigracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Turístico. Tipo Alojamiento Posada Playa Blanca E.**


**Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Equipamiento Turístico
Tipo: Alojamiento**

Encuestador:				Fecha:				
Código:	3. Fotografía:			4. Plano de Ubicación				
1. Informante: Blanca de Jiménez								
2. Identificación del Recurso:								
Nombre:								
Posada Blanca E								
Dirección:								
Calle Principal Vía Los Jovitos								
Parroquia:								
San José								
Página Web / Correo Electrónico:								
5. Clase:	Hotel de Turismo	Pensión de Turismo	Hotel residencial de Turismo					
	Motel de Turismo	Estancia de Turismo	Campamento de Turismo					
	Finca de Turismo	Posada de Turismo: X	Establecimiento especial de alojamiento turístico					
6. Patente Industrial y Comercio	Si X: No: Nro.:							
	Registro Único Información Fiscal (RIF) Nro.							
	Expendido de Licores Si: No: Nro.							
	Licencia de Turismo							
	Registro Turístico Nacional RTN:							
7. Descripción:	: Posada ideal para el turismo el descanso y la recreación ubicada frente al Lago de Maracaibo, conformadas por una estructura moderna en concreto armado agrupadas en forma de viviendas con varias habitaciones y que comparten áreas en común como las piscinas áreas deportiva, churuata con parrillera, muelle para botes pequeños y áreas verdes. Cuenta con espacios abiertos ideales para eventos como matrimonio y fiesta familiares.							
8. Horario	7:00 am – 12 pm	24 horas: X	Lunes a Viernes	Lunes a Domingo: X				
	12:00 am – 6:00 pm	Otro:	Fin de Semana:	Otro:				
9. Trabajadores	Fijos: 5 Contratados: 6							
10. Propiedad del Inmueble	Público	Privado: X	Mixto					
11. Categoría	Estrellas	Una:	Tres:	Cinco:				
		Dos:	Cuatro:	Ninguna: X				
12. Habitaciones	Nº sencillas: 6		Nº de suite		Nº suite matrimonial: 5			
	Nº dobles: 19		Nº suite presidencial		Nº de cabañas: 10			
	Nº Triples: 2		Nº suite junior		Nº de apartamento:			
	Nº cuádruple		Nº suite principal		Nº para personas discapacitadas.			
	Otro:							
	Estado de las habitaciones:		Bueno: X	Regular:	Malo:			
			Roan servicio:	WUIFI: X				
			Media pensión	Teléfono				
			Pensión completa: X:	Mini bar				
			Servicio de mucama:	Secador de pelo				
		Servicio de cunas para bebés	Caja de seguridad					
		Aire acondicionado: X: X						
		Televisor por cable: X						
		Otro: Churuata						
13. Servicio complementarios	Lobby-recepción: X		Estacionamiento: X		Floristería			
	Restaurante		Área Deportiva: X		Joyería			
	Cocina: X		Piscina de Adultos: X		Seguridad			
	Cafetería		Piscina de Niños: X		Taxis			
	Bar		Gimnasio		Librería			
	Salones para eventos y usos múltiples: X		Sauna: X		Parque Infantil: X			
	X		Spa:					
	Banquetes		Tintorería y Lavandería		Guardería			
	Discoteca		Servicios médicos		Áreas verdes: X			
	Salones de juegos: X		Telecomunicaciones		Barbería			
	Casinos o Salas de Bingo:		Agencias de Viajes		Peluquería			
	14. Accesibilidad		Excelente:		Buena: X		Regular: Mala:	
	15. Servicio al Visitantes	Cocina: X:		Teléfonos Públicos:		Kareoke X:		
Mesas de Pool/Billar: X		Muelle: X		Mesas de Juego: X:				
Estacionamiento: X		Barra		Sanitarios Caballeros: X				
Vigilancia: X		Aire Acondicionado: X		Sanitarios Damas X				
Pista de Baile		Inflables		Otros: Parrillera				
16. Áreas Deportivas		Beisbol		Básquetbol: X		Paseos		
		Futbol		Voleibol: X		Bolas Criollas: X		
17. Capacidad	Total Camas: 60 camas							
18. Forma de Pago:	Tarjeta de Crédito: X		Tarjeta de Débito: X		Cheque: X		Efectivo: X	
19. Observaciones:								

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 49. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Turístico. Tipo Alojamiento Hotel Residencias Incas.**



**Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Equipamiento Turístico
Tipo: Alojamiento**

Encuestador:		Fecha:		
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación		
1. Informante:				
2. Identificación del Recurso:				
Nombre:				
Residencias Incas				
Dirección:				
Calle 15 entre Av. 5 y 5A				
Parroquia:				
Altagracia				
Página Web / Correo Electrónico:				
5. Clase:	Hotel de Turismo	Pensión de Turismo	Hotel residencial de Turismo: X	
	Motel de Turismo:	Estancia de Turismo	Campamento de Turismo	
	Finca de Turismo	Posada de Turismo	Establecimiento especial de alojamiento turístico	
6. Patente Industrial y Comercio	Si: No: Nro.:			
	Registro Unico Información Fiscal (RIF) Nro. J- 3044600449			
	Expendido de Licores Si: No: X Nro.			
	Licencia de Turismo:			
	Registro Turístico Nacional RTN: No			
7. Descripción:	Edificación destinada al alojamiento de turistas desde 1987, el inmueble cuenta con tres pisos de altura y 20 habitaciones de las cuales muchas están funcionando como residencia permanente de trabajadores del sector petrolero o estudiantes, solo el 30% destinadas al turismo, las cuales están dotadas de aire acondicionado , baños y tv por cable.			
8. Horario	7.00 am – 12 pm	24 horas: X	Lunes a Viernes	
	12:00 am – 6:00 pm	Otro:	Fin de Semana: Lunes a Domingo: X	
9. Trabajadores	Fijos: 5 Contratados:			
10. Propiedad del Inmueble	Público	Privado: X	Mixto	
11. Categoría	Estrellas	Una:	Tres: Cinco:	
		Dos:	Cuatro: Ninguna: X	
12. Habitaciones	Nº sencillas: 15	Nº de suite	Nº suite matrimonial	
	Nº dobles: 5	Nº suite presidencial	Nº de cabañas	
	Nº Triples	Nº suite junior	Nº de apartamento:	
	Nº cuádruple	Nº suite principal	Nº para personas discapacitadas.	
	Otro:			
		Bueno: X	Regular:	Malo:
	Estado de las habitaciones:	Roan servicio:	WUFI: X	
	Media pensión	Teléfono: X		
	Pensión completa:	Mini bar		
	Servicio de mucama:	Secador de pelo		
	Servicio de cunas para bebes	Caja de seguridad		
	Aire acondicionado: X			
	Televisor por cable: X			
	Otro:			
12. Servicio complementarios	Lobby-recepción	Estacionamiento: X	Floristería	
	Restaurante: X	Área Deportiva: X	Joyería	
	Cocina: X	Piscina de Adultos	Seguridad: X	
	Cafetería	Piscina de Niños	Taxis	
	Bar	Gimnasio	Librería	
	Salones para eventos y usos múltiples	Sauna	Parque Infantil	
	Banquetes	Spa:		
	Discoteca	Tintorería y Lavandería: X	Guardería	
	Salones de juegos	Servicios médicos	Áreas verdes	
	Casinos o Salas de Bingo:	Telecomunicaciones	Barbería	
		Agencias de Viajes	Peluquería	
15. Accesibilidad	Excelente:	Buena: X	Regular: Mala:	
16. Servicio al Visitantes	Cocina: X	Teléfonos Públicos:	Kareoke:	
	Mesas de Pool/Billar:	Muelle	Mesas de Juego:	
	Estacionamiento: X	Barra	Sanitarios Caballeros: X	
	Vigilancia: X	Aire Acondicionado: X	Sanitarios Damas: X	
	Pista de Baile	Inflables	Otros: Cyber Café	
19. Áreas Deportivas	Beisbol	Básquetbol	Paseos	
	Fútbol	Voleibol	Bolas Criollas	
20. Capacidad	Total Camas:			
21. Forma de Pago:	Tarjeta de Crédito: X	Tarjeta de Débito: X:	Cheque: X Efectivo: X	
23. Observaciones:				

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 50. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Turístico. Tipo Alojamiento. Hotel Playa La Portela.**

**Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Equipamiento Turístico
Tipo: Alojamiento**



Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1. Informante: Elva Gutierrez			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Hotel Playa La Portela			
Dirección:			
Carretera Sector Punta de Piedra			
Parroquia:			
Altagracia			
Página Web / Correo Electrónico:			
5. Clase:	Hotel de Turismo	Pensión de Turismo	Hotel residencial de Turismo:
	Motel de Turismo	Estancia de Turismo	Campamento de Turismo
	Finca de Turismo	Posada de Turismo: X	Establecimiento especial de alojamiento turístico
6. Patente Industrial y Comercio	Si: No: Nro.:		
	Registro Único Información Fiscal (RIF) Nro.		
	Expendido de Licores Si: No: Nro.		
	Licencia de Turismo		
	Registro Turístico Nacional RTN:		
7. Descripción: Establecimiento de infraestructura contemporánea con una imagen de casona moderna destinado a hotel tipo residencia ideal para un grupo familiar y eventos especiales como matrimonio o reuniones de grupos y empresas. Cuenta con ocho habitaciones con baño y aire acondicionado, estar salones piscina de niños y adultos.			
8. Horario	7.00 am – 12 pm X	24 horas	Lunes a Viernes
	12:00 am – 6:00 pm X	Otro:	Lunes a Domingo: X
9. Trabajadores	Fijos: 4 Contratados:		
10. Propiedad del Inmueble	Público:	Privado: X	Mixto
11. Categoría	Estrellas	Una:	Tres:
		Dos:	Cuatro:
			Cinco:
12. Habitaciones	Nº sencillas	Nº de suite	Nº suite matrimonial
	Nº dobles: 3	Nº suite presidencial	Nº de cabañas
	Nº Triples: 3	Nº suite junior	Nº de apartamento:
	Nº cuádruple 2	Nº suite principal	Nº para personas discapacitadas.
	Otro:		
		Bueno: X	Regular:
		Roan servicio:	Malo:
	Estado de las habitaciones:	WUIFI:	
		Medio pensión	Teléfono
		Pensión completa: X	Minibar
		Servicio de mucama:	Secador de pelo
		Servicio de cunas para bebes	Aire
		Caja de seguridad	Acondicionado
		Televisor por cable: X	
		Otro:	
12. Servicio complementarios	Lobby-recepción	Estacionamiento: X	Floristería
	Restaurante: X	Área Deportiva: X	Joyería
	Cocina	Piscina de Adultos: X	Seguridad
	Cafetería	Piscina de Niños: X	Taxis
	Bar	Gimnasio	Librería
	Salones para eventos y usos múltiples: X	Sauna	Parque Infantil: X
	Banquetes	Spa: X	
	Discoteca	Tintorería y Lavandería	Guardería
	Salones de juegos: X	Servicios médicos	Áreas verdes
	Casinos o Salas de Bingo:	Telecomunicaciones	Barbería
		Agencias de Viajes	Peluquería
15. Accesibilidad	Excelente: X	Buena:	Regular:
			Mala:
16. Servicio al Visitantes	Cocina:	Teléfonos Públicos:	Kareoke: X
	Mesas de Pool/Billar: X	Muelle	Mesas de Juego: X
	Estacionamiento: X	Barra	Sanitarios Caballeros: X
	Vigilancia	Aire Acondicionado: X	Sanitarios Damas:
	Pista de Baile	Inflables: X	Otros:
19. Áreas Deportivas	Beisbol	Básquetbol	Paseos
	Futbol	Voleibol	Bolas Criollas: X
20. Capacidad	Total Camas:20		
21. Forma de Pago:	Tarjeta de Crédito:	Tarjeta de Debito: X	Cheque: X
			Efectivo: X
23. Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia (2013).

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Ficha de Registro 51. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Atagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Esparcimiento Complejo Recreacional Turístico Playa Aventura.**



**Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Equipamiento Complementario
Tipo: Esparcimiento**

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1. Informante: De Campo			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Complejo Recreacional Turístico Playa Aventura.			
Dirección:			
Carretera Haticos del Sur. Los Puertos de Atagracia			
Parroquia:			
Atagracia			
Página Web / Correo Electrónico:			
5. Clase:	Club Turístico Recreacional:	Centros Comerciales:	Salas de juego:
	Balnearios:	Centros Recreativos: X	Otros:
	Marinas:	Tiendas de Artesanías:	
6. Patente Industrial y Comercio	Si: X No: Nro.:		
	Registro Único Información Fiscal (RIF) Si Nro.		
	Expendido de Licores Si: X No: Nro.		
	Registro Turístico Nacional RTN: No tiene		
7. Descripción:	Balneario ubicado a orillas del Lago de Maracaibo a solo cuatro kilómetros al sur del área del casco histórico, el complejo tiene cinco años de funcionamiento el cual está en buen estado pero no concluido, presenta patente comercial la propiedad es privada, cuenta con siete cabañas equipadas con baño aire acondicionado y TV, estando disponibles actualmente cinco cabañas, con techos de losa nervada de concreto, cuenta igualmente con servicio de Restaurante en comidas típicas Bohío para fiestas, seis paraguas playeros de palma con toma eléctrica, parque infantil, tanque con suficiente agua potable, estacionamiento vigilado, cancha deportiva y parrilleras para los visitantes, alquiler de motos de agua y paseos en lanchas por la costa, se encuentra en construcción una piscina.		
8. Horario	7:00 am – 12 pm: X	24 horas	Lunes a Viernes
	12:00 am – 6:00 pm: X	Otro:	Fin de Semana: Otro: Martes a Domingo
9. Trabajadores	Fijos: 4 Contratados: 3		
10. Propiedad del Inmueble	Público	Privado: X	Mixto
11. Estado de la Construcción:	Muy Bueno:	Bueno: X	Malo:
			En reparación:
12. Estado del Mobiliario	Muy Bueno:	Bueno: X	Malo:
			En reparación:
13. Estado de la Lencería	Muy Bueno: X	Bueno:	Malo:
			Muy Malo:
14. Condiciones Sanitarias	Muy Bueno:	Bueno: X	Malo:
			Muy Malo:
15. Accesibilidad	Excelente:	Buena: X	Regular:
			Mala:
16. Servicio al Visitantes	Cocina: X	Telefonos Públicos:	Karaoke: X
	Mesas de Pool/Billar:	Muelle: X	Mesas de Juego:
	Estacionamiento: X	Barra	Sanitarios Caballeros: X
	Vigilancia: X	Aire Acondicionado: X	Sanitarios Damas: X
	Pista de Baile	Inflables: X	
	Otros:		
17. Servicio complementario al Turista	Información	Alquiler de Sillas X:	WiFi::
	Alquiler de Toldos: X	Alquiler de Bohíos: X	Venta de Artesanía
	Alquiler de Bicicletas	Alquiler de Botes: X	Otros
18. Áreas Recreativas	Salón Usos Múltiples	Áreas Verdes	Galleras:
	Discoteca	Parque Infantil: X	Saunas
	Piscinas	Otros:	
19. Áreas Deportivas	Beisbol	Básquetbol	Ciclismo
	Futbol	Voleibol: X	Bolas Criollas: X
	Juegos	Paseos: X	Otros:
20. Capacidad	Total:	Sillas	Mesas
21. Forma de Pago:	Tarjeta de Crédito:	Tarjeta de Debito:	Cheque Efectivo: X
22. Actividades:	Programadas:	Forma libre:	Ninguna:
23. Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 52. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Esparcimiento Complejo Recreacional Turístico Vacacional La Guacoa.**



Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Equipamiento Complementario
Tipo: Esparcimiento

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1. Informante:	 		
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Complejo Recreacional Turístico Vacacional La Guacoa.			
Dirección:			
Carretera a Sabaneta de Palmas			
Parroquia:			
Altagracia	5. Clase		Club Turístico Recreacional: X Centros Comerciales: Salas de juego:
Página Web / Correo Electrónico:	Balnearios:	Centros Recreativos:	Otros:
	Marinas:	Tiendas de Artesanías:	
	6. Patente Industrial y Comercio		
	Si: X No: Nro.:		
	Registro Único Información Fiscal (RIF) Nro.		
	Expendido de Licores Si: X No: Nro.		
	Registro Turístico Nacional RTN: No tiene		
7. Descripción: La Guacoa es un centro turístico muy concurrido ubicado a 15 minutos del centro de Los Puertos, es una playa con arenas blancas como parte de la bahía el tablazo. Se cuenta con restaurante y estacionamiento amplio, igualmente está equipada con facilidades para el turista como bohíos de paja a orillas del lago y la presencia de muchos cocoteros para la sombra.			
8. Horario	7.00 am – 12 pm: X 24 horas	Lunes a Viernes	Lunes a Domingo
	12:00 am – 6:00 pm: X Otro:	Fin de Semana:	Otro: Martes a Domingo
9. Trabajadores	Fijos: 4 Contratados: 3		
10. Propiedad del Inmueble	Público	Privado: X	Mixto
11. Estado de la Construcción:	Muy Bueno:	Bueno: X	Malo:
12. Estado del Mobiliario	Muy Bueno:	Bueno: X	Malo:
13. Estado de la Lencería	Muy Bueno:	Bueno:	Malo:
14. Condiciones Sanitarias	Muy Bueno:	Bueno: X	Malo:
15. Accesibilidad	Excelente:	Buena:	Regular:
16. Servicio al Visitantes	Cocina:	Teléfonos Públicos:	Kareoke: X
	Mesas de Pool/Billar:	Muelle:	Mesas de Juego:
	Estacionamiento: X	Barra	Sanitarios Caballeros: X
	Vigilancia: X	Aire Acondicionado:	Sanitarios Damas: X
	Pista de Baile	Inflables: X	
	Otros:		
17. Servicio complementario al Turista	Información	Alquiler de Sillas X:	WIFI::
	Alquiler de Toldos: X	Alquiler de Bohíos: X	Venta de Artesanía
	Alquiler de Bicicletas	Alquiler de Botes: X	Otros
18. Áreas Recreativas	Salón Usos Múltiples	Áreas Verdes	Galleras:
	Discoteca	Parque Infantil:	Saunas
	Piscinas	Otros:	
19. Áreas Deportivas	Beisbol	Básquetbol	Ciclismo
	Futbol	Voleibol	Bolas Criollas: X
	Juegos	Paseos:	Otros:
20. Capacidad	Total:	Sillas	Mesas
21. Forma de Pago:	Tarjeta de Crédito:	Tarjeta de Debito:	Cheque Efectivo: X
22. Actividades:	Programadas:	Forma libre:	Ninguna:
23. Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 53. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altigracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Alimentos y Bebidas Restaurante “Linda Barinas”.**


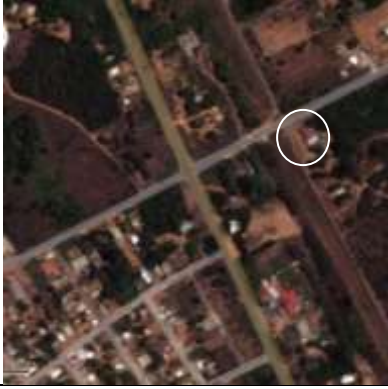
Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Equipamiento Complementario
Tipo: Esparcimiento

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1. Informante: Ediover Primera			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Restaurante en Varas Linda Barinas.			
Dirección:			
Vía Alternativa de Los Puertos de Altigracia			
Parroquia: Altigracia			
Página Web / Correo Electrónico:			
5. Clase:	Restaurantes: X	Comida Rápida	Café y Fuentes de soda:
	Barra – Discoteca y Cervecería	Heladería	Otros:
6. Patente Industrial y Comercio	Si: X No: Nro.:		
	Registro Unico Información Fiscal (RIF) Nro. J- 30861168-9		
	Expendido de Licores Si: X No: Nro.		
	Registro Turístico Nacional RTN: No tiene		
7. Descripción	Restaurante especialista en carnes en varas, tipo vacuno bovino y aves. Ubicado en un terreno muy amplio con la presencia de muchos arboles, creando una sensación de estar en el campo, las instalaciones la conforman varios bohíos (Chozas de madera y techos de paja), con mesas y sillas hechas de troncos de madera.		
8. Horario	7.00 am – 12 pm	24 horas	Lunes a Viernes
	12:00 am – 6:00 pm	Otro: 11 a 4pm.	Lunes a Domingo X
9. Trabajadores	Fijos: 10 Contratados:		
10. Especialidad	Criolla (Regional)	Pescado:	Vegetariana
	Criolla (Nacional)	Carnes X	Aves X
	X		China
	Internacional:	Italiana	Árabe
	Otros:		
11. Capacidad	Total:	Sillas: 120	Mesas: 23
12. Propiedad del Inmueble	Público	Privado: X	Mixto
13. Estado de la Construcción:	Muy Bueno:	Bueno: X	Malo:
			En reparación:
14. Estado del Mobiliario	Muy Bueno: X	Bueno:	Malo:
			En reparación:
15. Estado de la Lencería	Muy Bueno:	Bueno: X	Malo:
			Muy Malo:
16. Condiciones Sanitarias	Muy Bueno:	Bueno X:	Malo:
			Muy Malo:
17. Accesibilidad	Excelente: X	Buena:	Regular:
			Mala:
18. Servicio que Presta	Estacionamiento: X	Salón Usos Múltiples	Kareoke: X
	Vigilancia: X	Muelle	Sanitarios Caballeros: X
	Pista de Baile	Barra	Sanitarios Damas: X
	Aire Acondicionado	Alquiler del Local: X	Servicio a Domicilio: X
	Música en Vivo: X	Reservaciones de mesa: X	WIFI
	Otros:		
19. Forma de Pago:	Tarjeta de Crédito:	Tarjeta de Débito: X	Cheque: X
			Efectivo: X
20. Actividades:	Programadas:	Gastronómicas:	Otras:
21. Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 54. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Alimentos y Bebidas Restaurante San Roque.**



**Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Equipamiento Complementario
Tipo: Esparcimiento**

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1. Informante: José Acurero Díaz			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Restaurante San Roque			
Dirección:			
Carretera vía Quisiro Sector el Tartagal			
Parroquia:			
Altagracia			
Página Web / Correo Electrónico:			
5. Clase:	Restaurantes: X	Comida Rápida	Café y Fuentes de soda:
	Barra – Discoteca y Cervecería	Heladería	Otros:
6. Patente Industrial y Comercio	Si: X No: Nro.: 11 - 0225		
	Registro Único Información Fiscal (RIF) Nro.		
	Expendido de Licores Si: No: Nro.		
	Registro Turístico Nacional RTN:		
7. Descripción:	Conocido popularmente como el Restaurante de Chuita, establecimiento que viene prestando servicios desde mediados del siglo XX perteneciente a tres generaciones de una familia. Especializado en pescado frito, acompañado con yuca, queso y limón; servido únicamente en platos de peltre y se consume a mano, ya que no colocan tenedores es altamente demandado por residentes y turistas visitado cualquier día de la semana. El establecimiento está conformado por cuatro bohíos redondos y un caney elaborados en madera y techos de paja corúa con pisos de cemento rojo y natural. Cuenta con un salón de 150 mts2 con techos de platabanda para eventos y sala de juego como mesas de pool, rodeado por jardineras llenas de lirios, cayenas, coquillos, buganvilia y arboles variados y de gran tamaño que protegen a varios animales en cautiverio como aves y monos para ser vistos por los visitantes.		
8. Horario	7.00 am – 12 pm	24 horas	Lunes a Viernes
	12:00 am – 6:00 pm	Otro:	Lunes a Domingo X
9. Trabajadores	Fijos: 15 Contratados:		
10 Especialidad	Criolla (Regional) X	Pescado: X	Vegetariana
	Criolla (Nacional)	Carnes	Española
	Internacional:	Italiana	Aves
	Otros:	Árabe	China
11. Capacidad	Total: 240	Sillas 240	Mesas 40
12. Propiedad del Inmueble	Público	Privado: X	Mixto
13. Estado de la Construcción:	Muy Bueno: X	Bueno:	Malo:
			En reparación:
14. Estado del Mobiliario	Muy Bueno:	Bueno: X	Malo:
			En reparación:
15. Estado de la Lencería	Muy Bueno:	Bueno:	Malo:
			Muy Malo:
16. Condiciones Sanitarias	Muy Bueno:	Bueno: X	Malo:
			Muy Malo:
17. Accesibilidad	Excelente: X	Buena:	Regular:
			Mala:
18. Servicio que Presta	Estacionamiento: X	Salón Usos Múltiples: X	Kareoke:
	Vigilancia: X	Muelle	Sanitarios Caballeros: X
	Pista de Baile	Barra: X	Sanitarios Damas: X
	Aire Acondicionado	Alquiler del Local	Servicio a Domicilio
	Música en Vivo: X	Reservaciones de mesa: X	WIFI
	Otros:		
19. Forma de Pago:	Tarjeta de Crédito:	Tarjeta de Débito:	Cheque
			Efectivo: X
20. Actividades:	Programadas:	Gastronómicas:	Otras:
21. Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 55. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altigracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Alimentos y Bebidas: Bar Restaurante La Nueva Posada.**



**Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Equipamiento Complementario
Tipo: Alimentos y Bebidas.**

Encuestador:		Fecha:		
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación		
1. Informante: Helen Días				
2. Identificación del Recurso:				
Nombre:				
Bar Restaurante: La Nueva Posada				
Dirección:				
Av. 1 entre calles 10 y 11				
Parroquia:				
Altigracia	5. Clase:			
Página Web / Correo Electrónico:	Restaurantes: X Comida Rápida Café y Fuentes de soda: Barra – Discoteca y Cervecería Heladería Otros:			
6. Patente Industrial y Comercio	Si: X No: Nro.: 11 - 0390			
	Registro Único Información Fiscal (RIF) Nro.			
	Expendido de Licores Si: X No: Nro.			
	Registro Turístico Nacional RTN: No tiene			
7. Descripción: Excelente ubicado dentro del Boulevard Almirante Padilla del frente de agua de Los Puertos de Altigracia, cuenta con más de 25 años de servicio, sus instalaciones se distribuyen en 186 mts2, en estructura tipo modular con techos en tablon y tejas combinados con machihembrado con paredes de bloque, posee dos áreas para el visitante una con aire acondicionado y otra al aire libre ambas con vista al lago. Es muy visitado por residentes y turistas. todos los días Con platos de comida nacional e internacional exclusivos en pescados y carnes				
8. Horario	8:00 am – 4:00 pm	Lunes a Viernes	8:00am a 6:00pm	
	8:00 am – 10:00 pm	Viernes y sábado	Domingos Otro:	
9. Trabajadores	Fijos: 12 Contratados:			
10. Especialidad	Criolla (Regional)	Pescado: X	Vegetariana	Española
	Criolla (Nacional) X	Carnes: X	Aves: X	China:
	Internacional: X	Italiana	Árabe	
	Otros:			
11. Capacidad	Total: 70	Sillas 70	Mesas: 17	
12. Propiedad del Inmueble	Público	Privado: X	Mixto	
13. Estado de la Construcción:	Muy Bueno: X	Bueno:	Malo:	En reparación:
14. Estado del Mobiliario	Muy Bueno: X	Bueno:	Malo:	En reparación:
15. Estado de la Lencería	Muy Bueno: X	Bueno:	Malo:	Muy Malo:
16. Condiciones Sanitarias	Muy Bueno:	Bueno: X	Malo:	Muy Malo:
17. Accesibilidad	Excelente: X	Buena:	Regular:	Mala:
18. Servicio que Presta	Estacionamiento: X	Salón Usos Múltiples	Kareoke: X	
	Vigilancia: X	Muelle	Sanitarios Caballeros: X:	
	Pista de Baile	Barra: X	Sanitarios Damas: X	
	Aire Acondicionado: X	Alquiler del Local: X	Servicio a Domicilio	
	Música en Vivo	Reservaciones de mesa: X	WIFI	
	Otros:			
19. Forma de Pago:	Tarjeta de Crédito: X:	Tarjeta de Débito: X	Cheque: X	Efectivo: X
20. Actividades:	Programadas:	Gastronómicas:	Otras:	
21. Observaciones:				

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 56. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Alimentos y Bebidas Restaurante La Cueva del Búfalo.**

**Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Equipamiento Complementario
Tipo: Alimentos y Bebidas.**

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1. Informante: Jairo Paz			
2. Identificación del Recurso: Nombre:			
Restaurante La Cueva del Búfalo			
Dirección:			
Av. 5 entre calles 10 y 11			
Parroquia:			
Altagracia			
Página Web / Correo Electrónico:			
5. Clase:	Restaurantes: X	Comida Rápida	Café y Fuentes de soda:
	Barra – Discoteca y Cervecería	Heladería	Otros:
6. Patente Industrial y Comercio	Si: X No: Nro.:		
	Registro Único Información Fiscal (RIF) Nro.		
	Expendido de Licores Si: No: Nro.		
	Registro Turístico Nacional RTN:		
7. Descripción:	<p>Establecimiento comercial ubicado en el Centro de Los Puertos de Altagracia, cuenta con dos áreas para uso de los usuarios. El inmueble mantiene una imagen de tasca del campo, producto de contar con un techo a dos aguas con una fuerte pendiente de inclinación los pisos son de terracota roja y mesasen hierro forjado y madera. Especialista en comida internacional tipo gourmet, de origen nacional, Italiana y española, atendido por el chef internacional Jairo Paz, con la experiencia de haber participado representando a Venezuela en eventos gastronómico como ferias.</p>		
8. Horario	9:00 am – 5 pm de Lunes a Viernes		Lunes a Domingo: X
	9:00 am – 9:00 pm, sábados y domingos		
9. Trabajadores	Fijos: 8 Contratados: 8		
10. Especialidad	Criolla (Regional)	Pescado: X	Vegetariana
	Criolla (Nacional)	Carnes: X	Aves
	Internacional: X	Italiana: X	Árabe
	Otros:		
11. Capacidad	Total:	Sillas 200	Mesas: 50
12. Propiedad del Inmueble	Público	Privado: X	Mixto
13. Estado de la Construcción:	Muy Bueno: X	Bueno:	Malo:
	En reparación:		
14. Estado del Mobiliario	Muy Bueno: X	Bueno:	Malo:
	En reparación:		
15. Estado de la Lencería	Muy Bueno: X	Bueno:	Malo:
	Muy Malo:		
16. Condiciones Sanitarias	Muy Bueno: X	Bueno:	Malo:
	Muy Malo:		
17. Accesibilidad	Excelente:	Buena: X	Regular:
	Mala:		
18. Servicio que Presta	Estacionamiento: X	Salón Usos Múltiples: X	Kareoke: X
	Vigilancia	Muelle	Sanitarios Caballeros: X:
	Pista de Baile	Barra: X	Sanitarios Damas: X
	Aire Acondicionado: X	Alquiler del Local: X	Servicio a Domicilio
	Música en Vivo	Reservaciones de mesa: X	WIFI
	Otros:		
19. Forma de Pago:	Tarjeta de Crédito: X:	Tarjeta de Débito: X	Cheque: X
	Efectivo: X		
20. Actividades:	Programadas: X	Gastronómicas: X	Otras:
21. Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 57. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altigracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Alimentos y Bebidas Restaurante El Palafito de Nuestra Señora de Altigracia**


**Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Equipamiento Complementario
Tipo: Alimentos y Bebidas.**

Encuestador:				Fecha:	
Código:	3. Fotografía:			4. Plano de Ubicación	
1. Informante: Jairo Paz					
2. Identificación del Recurso:					
Nombre:					
Restaurante El Palafito de Nuestra Señora de Altigracia					
Dirección:					
Av. 1, entre calles 6 y 7 Complejo ferial La entre Estacada:					
Parroquia: Altigracia					
Página Web / Correo Electrónico:					
5. Clase:	Restaurantes: X	Comida Rápida	Café y Fuentes de soda:		
	Barra – Discoteca y Cervecería	Heladería	Otros:		
6. Patente Industrial y Comercio	Si: X No: Nro.:				
	Registro Unico Información Fiscal (RIF) Nro.				
	Expendido de Licores Si: X No: Nro.				
	Registro Turístico Nacional RTN:				
7. Descripción:	<p>Establecimiento tipo palafitos ubicados sobre el Lago de Maracaibo, soportado por horcones de madera con pisos de tablas, techos en forma palafítica de madera y palma, con cerramientos de similares materiales, utilizados para la venta de comidas típicas como pescado frito durante el día y por las noches para la venta de comida rápida como cachapas y patacones, cuenta con tres módulos en regular estado, tienen un modulo restante para servicios de cocina y baños, pose todos los permisos como patentes comercial, para la venta de comida y bebidas alcohólicas así como de ambiente, de propiedad privada es atendida por sus dueños y los fines de semana presentan música en vivo, actualmente se construye un muelle para la llegada de embarcaciones, no posee punto de venta bancario.</p>				
8. Horario	9:00 am – 9 pm de Lunes a Viernes: X			Lunes a Domingo: X	
	9:00 am – 11:00 pm, sábados y domingos X				
9. Trabajadores	Fijos: 4 Contratados: 3				
10 Especialidad	Criolla (Regional): X	Pescado: X	Vegetariana	Española:	
	Criolla (Nacional): X	Carnes:	Aves	China:	
	Internacional:	Italiana:	Árabe		
	Otros:				
11. Capacidad	Total:	Sillas 60		Mesas: 14	
12. Propiedad del Inmueble	Público	Privado: X		Mixto	
13. Estado de la Construcción:	Muy Bueno:	Bueno: X	Malo:	En reparación:	
14. Estado del Mobiliario	Muy Bueno: :	Bueno: X	Malo:	En reparación:	
15. Estado de la Lencería	Muy Bueno: :	Bueno: X	Malo:	Muy Malo:	
16. Condiciones Sanitarias	Muy Bueno:	Bueno:	Malo: X	Muy Malo:	
17. Accesibilidad	Excelente:	Buena:	Regular: X	Mala:	
18. Servicio que Presta	Estacionamiento: X	Salón Usos Múltiples:		Kareoke: X	
	Vigilancia: X	Muelle		Sanitarios Caballeros: X:	
	Pista de Baile	Barra: X		Sanitarios Damas: X	
	Aire Acondicionado:	Alquiler del Local:		Servicio a Domicilio	
	Música en Vivo	Reservaciones de mesa: X		WIFI	
	Otros:				
19. Forma de Pago:	Tarjeta de Crédito:	Tarjeta de Débito:	Cheque:	Efectivo: X	
20. Actividades:	Programadas: X	Gastronómicas: X		Otras:	
21. Observaciones:					

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 58. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Alimentos y Bebidas Pizzería: "La Gran Pizza".**

**Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Equipamiento Complementario
Tipo: Alimentos y Bebidas.**

Encuestador:		Fecha:			
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación			
1. Informante: Evaristo					
2. Identificación del Recurso:					
Nombre:					
Pizzería: "La Gran Pizza".					
Dirección:					
Av. 5 entre calles 10 y 11					
Parroquia:					
Altagracia	5. Clase:		Restaurantes: X	Comida Rápida	Café y Fuentes de soda:
Página Web / Correo Electrónico:	Barra – Discoteca y Cervecería		Heladería	Otros:	
	6. Patente Industrial y Comercio		Si: X No: Nro.:		
	Registro Único Información Fiscal (RIF) Nro.				
	Expendido de Licores Si: No: Nro.				
	Registro Turístico Nacional RTN:				
7. Descripción: Establecimiento que cuenta con un área de construcción aproximada de 200 mts ² , con instalaciones muy modernas decoradas en colores muy alegres y diseñados para el uso. Negocio de origen familiar con especialidad en comida italiana dado sus propietarios con más de 50 años de residencia en el País.					
8. Horario Corrido de 11.00 am a 11 pm de Lunes a Domingo:					
9. Trabajadores Fijos: 8 Contratados:					
10. Especialidad					
Criolla (Regional)		Pescado:	Vegetariana	Española	
Criolla (Nacional)		Carnes	Aves	China:	
Internacional:		Italiana: X	Árabe		
Otros:					
11. Capacidad					
Total:		Sillas: 54	Mesas: 26		
12. Propiedad del Inmueble					
Público		Privado: X	Mixto		
13. Estado de la Construcción:					
Muy Bueno: X		Bueno:	Malo:	En reparación:	
14. Estado del Mobiliario					
Muy Bueno: X		Bueno:	Malo:	En reparación:	
15. Estado de la Lencería					
Muy Bueno: X		Bueno:	Malo:	Muy Malo:	
16. Condiciones Sanitarias					
Muy Bueno: X		Bueno:	Malo:	Muy Malo:	
17. Accesibilidad					
Excelente: X		Buena:	Regular:	Mala:	
18. Servicio que Presta					
Estacionamiento: X		Salón Usos Múltiples	Kareoke:		
Vigilancia: X		Muelle	Sanitarios Caballeros: X:		
Pista de Baile		Barra	Sanitarios Damas: X		
Aire Acondicionado: X		Alquiler del Local	Servicio a Domicilio: X		
Música en Vivo		Reservaciones de mesa: X	WIFI		
Otros:					
19. Forma de Pago:					
Tarjeta de Crédito: X:		Tarjeta de Débito: X	Cheque: X	Efectivo: X	
20. Actividades:					
Programadas: X		Gastronómicas: X	Otras:		
21. Observaciones:					

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 59. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Alimentos y Bebidas Restaurante: "María Paula".**

**Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Equipamiento Complementario
Tipo: Alimentos y Bebidas.**

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1. Informante: Evaristo			
2. Identificación del Recurso: Nombre:			
Restaurante María Paula".			
Dirección:			
Av. 5 entre calles 14 y 15			
Parroquia:			
Altagracia			
Página Web / Correo Electrónico:			
5. Clase:	Restaurantes: X	Comida Rápida	Café y Fuentes de soda:
	Barra – Discoteca y Cervecería	Heladería	Otros:
6. Patente Industrial y Comercio	Si: X No: Nro.:		
	Registro Unico Información Fiscal (RIF) Nro.		
	Expendido de Licores Si: No: Nro.		
	Registro Turístico Nacional RTN:		
7. Descripción:	Establecimiento que cuenta con un área de construcción aproximada de 200 mts2, con instalaciones muy modernas decoradas en colores muy alegres. El servicio es tipo Bufet y el tipo de comida es de platos internacionales con horario corrido..		
8. Horario	Corrido de 11.00 am a 11 pm de Lunes a Domingo:		
9.Trabajadores	Fijos: 8 Contratados:		
10 Especialidad	Criolla (Regional)	Pescado:	Vegetariana
	Criolla (Nacional): X	Carnes	Aves
	Internacional: X	Italiana:	Árabe
	Otros:		
11. Capacidad	Total:	Sillas: 80	Mesas: 20
12. Propiedad del Inmueble	Público	Privado: X	Mixto
13 .Estado de la Construcción:	Muy Bueno: X	Bueno:	Malo:
			En reparación:
14. Estado del Mobiliario	Muy Bueno: X	Bueno:	Malo:
			En reparación:
15. Estado de la Lencería	Muy Bueno: X	Bueno:	Malo:
			Muy Malo:
16. Condiciones Sanitarias	Muy Bueno: X	Bueno:	Malo:
			Muy Malo:
17. Accesibilidad	Excelente: X	Buena:	Regular:
			Mala:
18. Servicio que Presta	Estacionamiento: X	Salón Usos Múltiples	Kareoke:
	Vigilancia: X	Muelle	Sanitarios Caballeros: X:
	Pista de Baile	Barra	Sanitarios Damas: X
	Aire Acondicionado: X	Alquiler del Local: X	Servicio a Domicilio: X
	Música en Vivo	Reservaciones de mesa: X	WIFI
	Otros:		
19. Forma de Pago:	Tarjeta de Crédito: X:	Tarjeta de Débito: X	Cheque: X
			Efectivo: X
20. Actividades:	Programadas:	Gastronómicas:	Otras:
21. Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 60. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría Equipamiento Complementario, Tipo Alimentos y Bebidas Heladería Mundo Sonrisa.**



**Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Equipamiento Complementario
Tipo: Alimentos y Bebidas.**

Encuestador:		Fecha:			
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación			
1. Informante: De Campo					
2. Identificación del Recurso:					
Nombre:					
Heladería Mundo Sonrisa					
Dirección:					
Calle 9 entre av. 4 y 5.					
Parroquia:					
Altagracia	5. Clase:		Restaurantes:	Comida Rápida:	Café y Fuentes de soda:
Página Web / Correo Electrónico:	6. Patente Industrial y Comercio		Barra – Discoteca y Cervecería	Heladería: X	Otros:
	Si: X No: Nro.:		Registro Único Información Fiscal (RIF) Nro.		
	Registro Turístico Nacional RTN:		Expendido de Licores Si: No: X Nro.		
7. Descripción					
Establecimiento con más de 20 años de servicio dedicado a la venta de helados y comida rápida como arepas tumba rancho, patacones, variedad de hamburguesas, tacos, entre otros, cuenta con área de juegos por máquinas e inflables, sirve como espacio para alquilar para fiestas infantiles, ya que cuenta con espacios apropiados para la tales reuniones, presenta una buena imagen patente de industria y comercio, su horario es de martes a domingo de 5 a 10 pm.					
8. Horario		7:00 am – 12 pm	24 horas	Martes a Domingo: X	
		12:00 am – 6:00 pm	Otro: Corrido	Otro: De 6 pm a 11 pm: X	
9. Trabajadores		Fijos: 4 Contratados:			
10. Especialidad		Criolla (Regional):	Pescado:	Vegetariana	Española
		Criolla (Nacional)	Carnes	Aves	China:
		Internacional:	Italiana	Árabe	
		Otros: Comida Rápida: X			
11. Capacidad		Total:	Sillas 60	Mesas: 15	
12. Propiedad del Inmueble		Público	Privado: X	Mixto	
13. Estado de la Construcción:		Muy Bueno: X	Bueno:	Malo:	En reparación: X
14. Estado del Mobiliario		Muy Bueno: X	Bueno:	Malo:	En reparación:
15. Estado de la Lencería		Muy Bueno:	Bueno: X	Malo:	Muy Malo:
16. Condiciones Sanitarias		Muy Bueno: X	Bueno:	Malo:	Muy Malo:
17. Accesibilidad		Excelente:	Buena: X	Regular:	Mala:
18. Servicio que Presta		Estacionamiento: X	Salón Usos Múltiples	Kareoke:	
		Vigilancia	Muelle	Sanitarios Caballeros: X:	
		Pista de Baile	Barra	Sanitarios Damas: X	
		Aire Acondicionado: X	Alquiler del Local	Servicio a Domicilio	
		Música en Vivo	Reservaciones de mesa: X	WIFI	
		Otros:			
19. Forma de Pago:		Tarjeta de Crédito: :	Tarjeta de Débito:	Cheque	Efectivo: X
20. Actividades:		Programadas: X	Gastronómicas	Otras:	
21. Observaciones:					

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 61. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría: Servicio Turístico. Tipo: Transporte Acuático. Lanchas "SENTRA".**

Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Servicio Turístico
Tipo: Transporte Acuático

Encuestador:		Fecha:	
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1. Informante: Estudio de Campo.			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Lanchas: La Pinta, La Niña y La Santa María, Altagracia, San José			
Dirección:			
Av. 1 entre calles 7 y 8			
Parroquia: Altagracia	5. Clase:		
Página Web / Correo Electrónico:	Ferry	Lanchas (Grandes) X	Piragua
	Catamarán	Lancha (Ober Craft)	Canoa
	Otra:		
6. Patente Industrial y Comercio	Si: X No:		
	Registro de Transporte Si X No		
	Registro Turístico Nacional RTN:		
7. Descripción Empresa mixta con capital de la Alcaldía Bolivariana de Miranda y capital privado. Se cuenta con cinco unidades equipadas con aire acondicionado, salva vidas, balsas para emergencia. Prestan servicio desde los años 20, manteniendo la ruta directa entre Los Puertos de Altagracia y Maracaibo.			
8. Adscripción	Público	Privado	Mixto: X
9. Estado de las Unidades	Muy Bueno:	Bueno: X	Malo: Muy Malo:
10. Servicios al Visitante	Alimentos y Bebidas: X	Venta de Boletos: X	Sala de Espera: X
	Locales Comerciales: X	Teléfonos	Sanitarios: X
	Información	Muelle: X	Venta de Artesanía
	Otros:		
11. Horario	6.00 am – 12 pm	24 horas	Lunes a Viernes
	12:00 am – 6:00 pm	6:00 am a 6:00 pm: X	Fin de Semana:
12. Trabajadores	Lunes a Domingo: X	Otros:	
	Fijos: 22 Contratados:		
13. Capacidad de las Unidades	Nº de Unidades 5	Nº de Puestos por Unidades:	Capacidad total:
		120 / 140	640
14. Accesibilidad	Excelente: X	Buena:	Regular: Mala:
15. Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia (2013).

Ficha de Registro 62. **Inventario de Facilidades Turísticas Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría: Servicio Turístico. Tipo: Conexos al Transporte Acuático. Muelle de Los Puertos de Altagracia.**

Inventario de Facilidades Turísticas
Categoría: Servicio Turístico
Tipo: Conexos al Transporte Acuático

Encuestador:	Fecha:		
Código:	3. Fotografía:	4. Plano de Ubicación	
1. Informante: Trabajo de campo			
2. Identificación del Recurso:			
Nombre:			
Muelle de Los Puertos de Altagracia.			
Dirección:			
Av. 1 entre calles 7 y 8			
Parroquia:			
Altagracia	5. Clase:		
Página Web / Correo Electrónico:	Comercial: X Deportivo: De Investigación		
	Pesquero: Militar: Otros:		
	Otra:		
6. Patente Industrial y Comercio	Si: X No:		
	Registro de Transporte Si X No		
	Registro Turístico Nacional RTN:		
7. Descripción Empresa mixta con capital de la Alcaldía Bolivariana de Miranda y capital privado. Se cuenta con cinco unidades equipadas con aire acondicionado, salva vidas, balsas para emergencia. Prestan servicio desde los años 20, manteniendo la ruta directa entre Los Puertos de Altagracia y Maracaibo			
8. Adscripción	Público Privado Mixto: X		
9. Estado de las Unidades	Muy Bueno: Bueno: X Malo: Muy Malo:		
10. Servicios al Visitante	Alimentos y Bebidas X Venta de Boletos: X Sala de Espera: X		
	Locales Comerciales: X Teléfonos: X Sanitarios: X		
	Información Muelle: X Venta de Artesanía		
	Otros:		
11. Horario	6.00 am – 12 pm 24 horas Lunes a Viernes		
	12:00 am – 6:00 pm 6:00 am a 6:00 pm: X Fin de Semana:		
12. Trabajadores	Lunes a Domingo: X Otros:		
	Fijos: 24 Contratados:4		
13. Capacidad de las Unidades	Nº de Unidades 5 Nº de Puestos por Unidades 120 / 140 Capacidad total: 640 pasajeros		
14. Accesibilidad	Excelente: Buena: X Regular: Mala:		
15. Observaciones:			

Fuente: Elaboración propia (2013).

Anexo X. Accesibilidad y Transporte

Ficha de Registro 63. **Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría: Accesibilidad y Transporte Tipo: Vialidad**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

Inventario de los Recursos Turísticos Categoría: Accesibilidad y Transporte Tipo: Vialidad

Ramal N° 9		
1. Canales de Circulación	Dos	X
	Cuatro	
2. Estado de Construcción	Bueno	X
	Regular	
	Malo	
3. Materia de Construcción	Tierra	
	Piedra	
	Concreto	
	Asfalto	X
4. Equipamiento Complementario	Otros	
	Estación de Servicio	
	Establecimiento de Alimentos y Bebidas	X
	Estacionamiento	
	Señales de Transito	X
	Señalización Turística	
	Alumbramiento Público	X
Otros		



Fuente: Elaboración propia (2013) según clasificación SIGTUR Zulia (2004).

Ficha de Registro 64. **Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría: Accesibilidad y Transporte Tipo: Vialidad**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos
Categoría: Accesibilidad y Transporte
Tipo: Vialidad**

Ramal Nº 54		
1. Canales de Circulación	Dos	X
	Cuatro	
2. Estado de Construcción	Bueno	X
	Regular	
	Malo	
3. Materia de Construcción	Tierra	
	Piedra	
	Concreto	
	Asfalto	X
4. Equipamiento Complementario	Otros	
	Estación de Servicio	
	Establecimiento de Alimentos y Bebidas	
	Estacionamiento	
	Señales de Transito	X
	Señalización Turística	
	Alumbramiento Público	X
Otros		



Fuente: Elaboración propia (2013) según clasificación SIGTUR Zulia (2004).

Ficha de Registro 65. **Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría: Accesibilidad y Transporte Tipo: Vialidad**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos
Categoría: Accesibilidad y Transporte
Tipo: Vialidad**

Avenida Valmore Rodríguez		
1. Canales de Circulación	Dos	
	Cuatro	X
2. Estado de Construcción	Bueno	X
	Regular	
3. Materia de Construcción	Malo	
	Tierra	
	Piedra	
	Concreto	
4. Equipamiento Complementario	Asfalto	X
	Otros	
	Estación de Servicio	X
	Establecimiento de Alimentos y Bebidas	X
	Estacionamiento	
	Señales de Transito	X
	Señalización Turística	
	Alumbramiento Público	X
	Otros	



Fuente: Elaboración propia (2013) según clasificación SIGTUR Zulia (2004).

Ficha de Registro 66. **Inventario de Recursos Turísticos Culturales de la Parroquia Altagracia y Municipio Miranda. Categoría: Accesibilidad y Transporte Tipo: Vialidad**

Los Puertos de Altagracia y su puesta en valor turístico

**Inventario de los Recursos Turísticos
Categoría: Accesibilidad y Transporte
Tipo: Vialidad**

Avenida 1 Padilla		
1. Canales de Circulación	Dos	X
	Cuatro	
2. Estado de Construcción	Bueno	X
	Regular	
3. Materia de Construcción	Malo	
	Tierra	
	Piedra	
	Concreto	
4. Equipamiento Complementario	Asfalto	X
	Otros	
	Estación de Servicio	
	Establecimiento de Alimentos y Bebidas	X
	Estacionamiento	
	Señales de Transito	
	Señalización Turística	
	Alumbramiento Público	X
	Otros	



Fuente: Elaboración propia (2013) según clasificación SIGTUR Zulia (2004)

Anexo XI. Lista de Inventario de Recursos Naturales, Culturales, Facilidades

Lista 1. Recursos Turísticos Naturales. Categoría Abiótico - Bióticos.

Categoría	Tipo	Clase	Recurso	
A RECURSOS NATURALES PAISAJÍSTICO	1. Clima	01. Tropical		
		01. Lagos	Estrecho del Lago de Maracaibo	
	2. Hídricos	02. Ciénagas	Ciénaga El Buque Ciénaga La Salina	
		3. Costas	01. Playas	Haticos del Sur El Buque Quisiro La Vigía
	1. Flora			01. Manglares
				02. Vegetación xerofítica
	2. Fauna			01. Aves
		02. Crustáceos	Camarones Cangrejos	
		03. Peces	Róbalo Jurel Lisa Mero Carpeta	

Fuente Seminario de Turismo I. Adaptado por: Luzardo (2013) según clasificación SIGTUR Zulia (2004).

Lista 2. Recursos Culturales Tangibles

Categoría	Tipo	Clase	Recurso	Estado Actual B R D				
B RECURSOS CULTURALES TANGIBLES	1. Arqueológico	01. Yacimientos	Sitio Arqueológico de la Plaza Bolívar			X		
		04. Piezas	Colección Arqueológica Museo del Hombre		X			
	2. Edificaciones Histórico-Culturales	01. Iglesias		Iglesia Nuestra Señora de Altigracia		X		
				Iglesia Pentecostal Dios es Amor		X		
		10. Museos		Museo Gabriel Bracho Museo del Hombre Casa Museo Centro Histórico	X	X	X	
				Villa Rosalía Casa: Mansión de los Lobos Casas de la Avenida 2 y sus transversales		X	X	
		13. Residencial		Casa de Lourdes Paz Casa de Juana González Casa de Aura Ordoñez Casa de Betilde Ferrer Casas de la Avenida 3 y sus transversales		X	X	
				Carpintería Miranda, antiguo cine Olimpia		X		
			18. Otros		Club Altamar		X	
					Plaza Ana María Campos Plaza Domitila Flores Antiguo Tanque de agua		X	X
			01. Histórico		Plaza Bolívar Plaza Miranda Tumbas de Oviedo y Olivares / Antiguo Muelle		X	X
				02. Ambientales		Complejo Turístico la Estacada Bulevar Padilla		X
	05. Religioso	Plaza de las Tres Cruces				X		
	06. Arquitectónico			Balcón en el Bulevar Padilla Puerto de Lanchas Antiguo Tanque de agua Pozo de Agua Dulce		X	X	

Fuente: IPC (2004-2006). Adaptado por: Luzardo (2013) según clasificación SIGTUR Zulia (2004).

Lista 3. Recursos Culturales Tangibles

Categoría	Tipo	Clase	Recurso	Estado Actual B R D	
B RECURSOS CULTURALES TANGIBLES	4. Obras de Arte	01. Pintura	Los puertos, historia y realidad, mural	X	
			Escudo de la Institución Mirandina, mural	X	
			Pinturas de la Casa de la Cultura Gabriel B.	X	
			Colección Casa Museo Centro Histórico	X	
			La caja Plástica, mural	X	X
			Bolívar, Miranda y Urdaneta, mural	X	
			Colección de obras Casa Museo Gabriel Bracho	X	
		Virgen de Atagracia, mural	X		
		Colección de la Institución Mirandina	X		
		02. Escultura	Ana María Campos, escultura	X	
			Jesús Humildad y Paciencia, imagen	X	
			Virgen la Dolorosa, imagen	X	
			Jesús de Nazaret, imagen	X	
			José Antonio Chávez, Busto	X	
			Santa Ana y la Virgen María, imagen	X	
			Nuestra señora del perpetuo socorro, escultura	X	
			El calvario, imágenes	X	
			Colección de la Casa Museo Centro Histórico	X	
			Jesús atado a la columna, escultura	X	
			Virgen del Carmen, imagen	X	
			Colección de obras de la Casa Museo Gabriel Bracho	X	
			Santa Teresita, Imagen	X	
		Virgen de Atagracia, imagen	X		
		04. Artes Visuales	Retrato de Josefa Paredes Picón Corazón de María, litografía	X	
			Colección fotográfica de la Institución Mirandina	X	
			Colección de la Institución Mirandina	X	
		05. Retablos	Retablo de la Virgen del Carmen		
Colección de la Casa Museo Centro Histórico					
06. Otros	Piano Bstablished Lantel de 1862	X			
	Colección de Monedas Venezolanas				
	Butaca de madera	X			
	Pilas de agua bendita	X			
	Vehículo Ford de 1929	X	X		
	Reloj de la Iglesia Nuestra Señora de Atagracia				
	Matraca	X			
	Colección de Aristides Darío Paz	X			
	Colección de Sofía Luzardo	X	X		
	Colección Fundación Belloso	X	X		
	Caja fuerte de Hierro	X			
	Campanas de la Iglesia Nuestra señora de Atagracia	X			
	Llaves antiguas de la familia Albornoz	X			

Fuente: IPC (2004-2006). Adaptado por: Luzardo (2013) según clasificación SIGTUR Zulia (2004)

Lista 4. Recursos Culturales Intangibles

Categoría	Tipo	Clase	Recurso	
C RECURSOS CULTURALES INTANGIBLES	1. Acontecimientos Programados	01. Religiosos	Fuegos artificiales del 25 de Diciembre Procesión y fiestas de la Virgen de Atagracia Vía Crucis viviente Paseo de la Virgen de Atagracia por el lago Los pasquines o prelaudacione Concurso de pesebres	
		03. Ferias	Fiestas de la Virgen de Atagracia Vuelta al terruño	
		08. Gastronomía, bailes, danzas	Tomatada	
		11. Carnavales	Celebración del carnaval	
		01. Creencias mágicas religiosas.	Conjuro para curar la gusanera en animales Infusión para esterilizar Costumbres de semana santa Costumbre religiosa de pedir la bendición	
		03. Juegos tradicionales.	Volantín, juego Juegos de dominó Juego de bolas criollas	
		04. Cuentos, leyenda y fábulas	Historia del asalto a la Cámara Municipal Escuelas de primeras letras	
	2. Manifestaciones Populares	05. Gastronomía		Manjar Blanco, receta Majarete, receta Conservas de naranja, receta Galletas de huevo, receta Agua de panela con limón, receta Escabeche o vuelve a la vida, receta Calabazate o dulce de limonzón Mandocas, receta Pescado frito, receta Arroz de icotea, receta Cangrejo en coco, receta Iguana en coco, receta Conservas de plátano maduro, receta Arepa pelá, receta Alfandoque o melcocha, receta Mojito en coco, receta Dulce de lechoza con piña, receta Arroz con leche, receta Biscochos, receta Arepa de plátano, receta Pan cubierto, receta Manjar de auyama o mote, receta Miel de abeja Los Vasitos, helados Recao de olla Elaboración del fororo
			06. Toponimia	Bar Segundo Frente Panadería Picón Antigua sede del Banco Maracaibo Callejón el Zumbido
			07. Mitos	Propiedades curativas de la sábila Propiedades de la linaza
			08. Personajes significativos	Gabriel Bracho, artista plástico Heliodoro Padrón, artista plástico Pedro Antonio Portillo Vera, músico y relojero Venidla Romero de Butrón, docente. Pedro Luís Padrón, cronista. Elida Navarro Lisandro Puche García Manuel Belloso Maria Barrera Ferrer, educadora. José Enrique Delgado, decimista. Nestor Luis Bracho Paz, compositor Manuel Matos Romero Ana Maria Campos prócer independentista Evelina Sandra Ismael Urdaneta Luís Padrón Guido Sandoval

Fuente: IPC (2004-2006). Adaptado por: Luzardo (2013) según clasificación SIGTUR Zulia (2004).

Lista 5. Recursos Culturales Intangibles

Categoría	Tipo	Clase	Recurso
C RECURSOS CULTURALES INTANGIBLES	2. Manifestaciones Populares	08. Personajes significativos	Manuel Alberto Luzardo Padrón, artista plástico
			Marlene Hidee Díaz Valbuena, docente.
			Alfredo Molero Coronado, músico
			Elio Enrique González Morales, músico y poeta
			Rafael Simón Rodríguez, artista plástico
			Guido Puche Nava, promotor cultural
			Rafael Morillo Paz, promotor cultural
			Carlos Fernando Sangronis Olivares, poeta y compositor
			Manuel Ángel Coronado Acurero, promotor cultural
			Antonio Jesús Rojas
	Titán, poeta		
	Ana Sofía Luzardo Romero de Morillo, promotor cultural		
	Oswaldo Emiro Casanova, promotor cultural		
	Nelson Padrón, artista plástico		
	Ramón García Oliveros, poeta y docente		
	Laura Elena Cardozo Luzardo, docente y promotora cultural		
	Fulvia Padrón, cantante		
	Cila Padrón de Valles, docente		
	Francisco Ramón Ocando, músico y sastre		
	Celedonia Paz de Vega, docente		
Antonio José Luzardo Montilla, docente			
3. Comunicación Simbólica	09. Otros	Adelso Antonio Valbuena Rodríguez, músico	
		Evangelista Díaz, compositor y promotor cultural	
		Carmelo Padrón, docente	
		Nieves Rosana Ramírez Valbuena, docente	
		Wilmer Bernardo Díaz	
		María Teresa Zorada, la vieja del correo	
		Alberto Rojas Sansón	
		José Godofredo Arriaga Matos	
		Luis Butrón, personaje popular	
		José Antonio Barrera Granadillo	
José Padrón Olivares			
Amira Sthormes			
Ana Matilde Caldera			
Andrés Arias			
Beatriz Olivares, curandera.			
Los cepilladeros			
4. Manifestaciones Artísticas	02. Regionalismo lingüístico	Elaboración de pantuflas de cocuiza	
		Cura de la culebrilla	
		Refranes populares	
		Sanación de huesos	
		Ron de culebra	
		Cola de caballo, planta	
05. Identidades	Terapia de baños de vapor		
	Costumbres de sentarse en las puertas de la casa		
	Costumbre de estrenar el 26 de diciembre		
	La calle mejor adornada		
	Apodos populares		
	Himno del Municipio		
Bandera del Municipio Miranda			
06. Otros	Costumbre de compartir almuerzo con los vecinos		
	Cocoteros y su significación social		
	Toque de las campanas de la iglesia		
	Toque de matraca en semana santa		
	Coral Nuestra Señora de Altagracia		
	Las pastoras, agrupación musical		
Banda Escuela Nuestra Señora de Altagracia			
04. Otros	Bordado		
	Artesanía de casas tradicionales a escala		

Fuente: IPC (2004-2006). Adaptado por: Luzardo (2013) según clasificación SIGTUR Zulia (2004).

Lista 6. Recursos Facilidades Turísticas

Categoría	Tipo	Clase	Recurso	
D FACILIDADES TURÍSTICAS	1. Equipamiento Turístico	01. Hotel de turismo (1 a 5 Estrellas)	Hotel TAKIKO Frente al Complejo "Ana María Campos" Hotel Fama Avenida 5 entre calles 15 y 16 Hotel Restaurante "Ola Beach Atagracia" Residencias Padrón Av. 5 entre Calles 16 y 17 Hotel Perla. Sector Valle Verde	
		03. Hotel residencial de turismo (1 a 5 Estrellas)	Residencias Inca Calle 15 entre Av. 5 y 6 Hotel Playa "La Portela" Carretera Punta de Leiva	
		08. Posada de turismo (1 a 4 Estrellas)	Posada "Blanca E" Vía Principal de Los Jovitos. Posada la Victoria Avenida 6 entre calles 8 y 10	
		09. Establecimiento especial de alojamiento de turismo	Cabañas Los Chaguaramos. Carretera Haticos del Sur. Cabañas Restauran Ola Beach Atagracia. Vía Los Jovitos	
		02. Clubs turísticos o recreacional	Complejo Recreacional Turístico Playa Aventura Complejo Recreacional Turístico Vacacional La Guacoa. Sector Sabaneta de Palmas Complejo Recreacional Turístico Vacacional La Golondrina. Sector Sabaneta de Palmas. Clubs "Altamar". Urb. Miranda. Clubs "Punta de Leiva". Carretera Punta de Leiva.	
	2. Equipamiento Complementario	1. Esparcimiento	011. Tiendas de artesanías	Tienda de artesanía y artículos religiosos "Virgen de Atagracia". Av. 3 entre calles 9 y 10 Frente a la Plaza Miranda. Restaurante Gourmet María Paula Av. 5 entre calles Av. 5 entre calles 14 y 15 La Cueva del Búfalo. Calle 10 entre Av. 6 y 7. Los Palafitos. Av. 1 Complejo Ferial la Estacada El Margariteño. Av. 2 con calle 5 La Nueva Posada. Av. 1 entre calles 11 y 12. Teo Pizza. Av. 5 entre calles 10 y 11. Atenas Caffé. Av. 5 entre calles 15 y 16. El Establo. Av. 5 entre calles 16 y 18. Mirador del Lago. Av. 1 entre calles 5 y 6. El Popular. Av. 1 entre calles 5 y 6. La Taberna de María. Av. 1 entre calles 12 y 13. Miranda. Av. 1 entre calles 12 y 13. Paradise Av. 4 entre calles 11 y 12 Los Bohíos Av. 5 Frente a la Clínica Atagracia Aquí esta Mali. Av. 5 con calle 8. Bebidas Restaurante "Linda Barinas". Carretera vía alterna Restaurante "San Roque". carretera via alterna Pizzería La Nueva Calle 10 entre Av. 4 y 5. La Gran Pizza Av. 5 entre calles 10 y 11. Mi Casita Av. 4 entre calles 6 y 7. Restaurant Gluton Boy.
			01. Restaurantes	Heladería Fresa y Pistacho. Av. 6 entre calles 7 y 8. Heladería Mundo Sonrisas. Calle 9 entre av. 4 y 5. Heladería Melao Av. 6 entre calles 7 y 8. Heladería Mama Carmen calle 14 entre Av. 5 y 5b. Tentaos Café, calle 15 entre Av. 5 y 5b Crazy Fruits
		2. Alimentos y bebidas	03. Barra-discotecas y cervecerías	Licorería 5ta Av. Av. 5 (Gabriel Bracho) Depósito de Festejos Atagracia. Av. 5 entre calles 15 y 16. El Terruño Av. 1 entre calles 11 y 12, frente al Boulevard Padilla Depósitos 2do. Frente Av. 2 entre calle 9 y 10. Ibiza Barra Disco Av. 5 Gabriel Bracho, entre calle 18 y 19 Licorería Don Roque, Av. 1 entre calles 10 y 11. Licorería La Nave Av. 5 Gabriel Bracho, entre calle 18 y 19 Tasca Mister Roberto Av. 1 entre calles 8 y 9. Licorería Vanessa, Av. 5 Frente a la Urb. Felipe Batista Licores J y M. Av. 5 entre calles 12 y 13.
			02. Cafeterías, heladerías y Fuentes de soda.	

Fuente: IPC (2004-2006). Adaptado por: Luzardo (2013) según clasificación SIGTUR Zulia (2004).

Lista 7. Recursos Facilidades Turísticas

Categoría	Tipo	Clase	Recurso		
2. Equipamiento Complementario	2. Alimentos y bebidas	03. Barra-discootecas y cervecerías	Depósito el Monito. Av. 5 entre calles 13 y 14. Depósito el líder. Av. 6 entre calles 7 y 8. Depósito la Victoria. Av. 6 entre calles 8 y 10. Depósito Los Cuñados. Av. 4 entre calles 20 y 21 Deposito el Terraplén, Av. 1 entre calles 6 y 7		
		04. Comidas rápidas.	Comida Rápida "Fast Food". Av. 4 entre calles 6 y 7 Tostadas Moneita. Av. 5 entre calles 6 y 7. Tostadas el Soberano. Av. 3 con calle 7. Tostadas Punta y Seguimos café. Av. 5 entre calles 7 y 8. Tostadas La Paila Caliente. Av. 5 Urbanización Nueva Miranda. Tostadas 23 de Enero. Calle 10 entre Av. 3 y 4. Tostadas don Calvo. Av. 5 entre calles 16 y 18. Tostadas El Capitán. Calle 10 entre Av. 5 y 6. Míster Empanadas Av. 6 entre calles 12 y 13 Míster Pollos Av. 6 entre calles 12 y 13		
		05. Otros	Abastos Valle Verde. Av. 5 entre calles 19 y 20. Abastos Nueva Ciudad Miami. Av 5 entre calles 18 y 19 Abastos El Terminar. Calle 7 Frente al Terminar de Pasajeros. Abastos Don Víctor. Calle 7 sector el Pare. Abasto Los González. Av. 5 entre calles 8 y 9. Abasto El Loco. Av. 5 entre calles 8 y 9. Abasto el Poliven. Av. 5 entre calles 8 y 9. Abasto el Oferton del Hogar. Av. 5 entre calles 9 y 10. Abasto San Antonio. Av. 5 entre calles 15 y 16. Abasto Nueva Miranda. Urbanización Nueva Miranda. Panadería Picón. Av. 2 entre calles 10 y 11. Panadería Miranda. Av. 5 entre calles 9 y 10. Panadería Atenas. Av. 5 entre calles 15 y 16. Panadería San Juan. Av. 5 entre calles 16 y 18. Panadería J Rosy. Av.5 Urbanización Nueva Miranda. Panadería Monte Sacro. Av. 5, entre calles 19 y 20 Panadería Rachely. Calle 13 entre avenidas 5 y 6. Panadería el Caca. Calle 15 entre av. 5 y 6		
		3. Eventos programados	8. Complejos feriales	Complejo Ferial La Estacada. Final de la av. 1 Padilla. Boulevard Padilla 1 y 2 Etapa. Av. 1 Padilla.	
		3. Servicios turístico	2. Empresas de transporte turístico	1. Terrestres	Antoni Tours. Av. 2 con calle 15 Taxi Miranda. Calle 8 entre av. 3 y 4. Taxi Antoni Tour. Av. 2 con calle 15. Taxi Altagracia. Av. 4 con calle 10. Taxi Hugo Parra León. Calle 4 con av. Valmore Rodríguez.
				3. Acuáticas	Transmica Lago mar. Av. 1 Boulevard Padilla con calle 8.
			3. Información al turista	1. Módulos de información	Oficina Municipal de Turismo. Av. 1 con calle 8.
			4. Servicios financieros	1. Bancos	Banco Occidental de Descuento. Calle 6 entre av. 4 y 5. Banco Banesco Av. 3 entre calles 7 y 8.

Fuente: IPC (2004-2006). Adaptado por: Luzardo (2013) según clasificación SIGTUR Zulia (2004).

Anexo XII. Fiabilidad de las Variables

Análisis de Fiabilidad Escala: TODAS LAS VARIABLES

Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Casos Válidos	6	100,0
Excluidos(a)	0	,0
Total	6	100,0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,912	131

a Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento

Lista 8. Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
VAR00001	299,8333	1543,767	-,253	,912
VAR00002	298,0000	1506,800	,120	,914
VAR00003	298,6667	1431,067	,804	,907
VAR00004	300,0000	1521,200	,389	,911
VAR00005	298,3333	1415,467	,707	,907
VAR00006	299,0000	1552,000	-,213	,914
VAR00007	298,6667	1457,467	,545	,909
VAR00008	298,3333	1555,467	-,206	,914
VAR00009	298,6667	1449,067	,444	,910
VAR00010	297,5000	1441,900	,589	,908
VAR00011	299,0000	1503,200	,388	,910
VAR00012	299,6667	1535,067	-,031	,912
VAR00013	300,0000	1546,000	-,386	,913
VAR00014	298,0000	1528,400	,022	,913
VAR00015	299,1667	1458,167	,619	,908
VAR00016	298,1667	1566,967	-,397	,914
VAR00017	297,5000	1547,500	-,104	,916
VAR00018	298,6667	1480,267	,649	,909
VAR00019	298,3333	1398,667	,749	,906
VAR00020	299,5000	1529,100	,109	,912
VAR00021	297,8333	1527,767	,039	,913
VAR00022	297,6667	1519,867	,112	,912
VAR00023	298,5000	1507,500	,314	,911
VAR00024	298,0000	1475,600	,452	,910
VAR00025	299,6667	1517,067	,384	,911
VAR00026	299,8333	1507,367	,652	,910
VAR00027	297,6667	1495,867	,209	,912
VAR00028	299,3333	1495,867	,486	,910
VAR00029	299,6667	1499,867	,512	,910
VAR00030	299,1667	1515,367	,202	,911
VAR00031	299,1667	1494,567	,384	,910
VAR00032	299,1667	1501,767	,450	,910
VAR00033	299,6667	1494,667	,916	,909
VAR00034	299,0000	1456,000	,673	,908
VAR00035	298,8333	1422,567	,881	,906
VAR00036	299,1667	1532,567	,006	,912
VAR00037	299,6667	1499,867	,512	,910
VAR00038	299,6667	1499,867	,512	,910
VAR00039	299,6667	1499,867	,512	,910
VAR00040	298,5000	1589,500	-,449	,917
VAR00041	299,8333	1533,367	,003	,912
VAR00042	299,0000	1553,600	-,177	,915
VAR00043	300,0000	1521,200	,389	,911
VAR00044	298,5000	1623,500	-,832	,918
VAR00045	299,3333	1527,867	,064	,912
VAR00046	299,8333	1512,167	,531	,910
VAR00047	299,0000	1524,000	,092	,912
VAR00048	299,8333	1512,167	,531	,910
VAR00049	299,1667	1528,967	,057	,912
VAR00050	299,5000	1533,500	-,010	,912
VAR00051	300,0000	1521,200	,389	,911
VAR00052	299,8333	1512,167	,531	,910
VAR00053	296,0000	1624,400	-,553	,920
VAR00054	299,0000	1495,600	,407	,910

Lista 9. Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
VAR00055	298,6667	1512,667	,206	,911
VAR00056	299,8333	1508,967	,380	,911
VAR00057	299,6667	1545,867	-,195	,913
VAR00058	299,1667	1440,967	,708	,907
VAR00059	299,0000	1495,600	,646	,910
VAR00060	299,5000	1477,500	,886	,908
VAR00061	298,5000	1489,500	,692	,909
VAR00062	298,8333	1502,167	,489	,910
VAR00063	300,0000	1524,800	,276	,911
VAR00064	299,0000	1504,000	,500	,910
VAR00065	299,1667	1478,167	,797	,909
VAR00066	299,3333	1511,467	,697	,910
VAR00067	299,1667	1492,167	,590	,910
VAR00068	299,6667	1515,867	,413	,911
VAR00069	299,5000	1528,300	,075	,912
VAR00070	300,0000	1546,000	-,386	,913
VAR00071	300,1667	1533,767	,000	,912
VAR00072	300,0000	1521,200	,389	,911
VAR00073	299,8333	1558,567	-,395	,914
VAR00074	300,0000	1521,200	,389	,911
VAR00075	300,0000	1521,200	,389	,911
VAR00076	300,0000	1521,200	,389	,911
VAR00077	299,8333	1533,367	,003	,912
VAR00078	300,0000	1521,200	,389	,911
VAR00079	300,1667	1533,767	,000	,912
VAR00080	300,0000	1521,200	,389	,911
VAR00081	300,0000	1546,000	-,386	,913
VAR00082	300,1667	1533,767	,000	,912
VAR00083	299,6667	1486,667	,719	,909
VAR00084	299,6667	1511,467	,332	,911
VAR00085	299,8333	1579,367	-,713	,915
VAR00086	299,3333	1561,067	-,468	,914
VAR00087	299,3333	1561,067	-,468	,914
VAR00088	300,1667	1533,767	,000	,912
VAR00089	299,6667	1602,667	-,718	,917
VAR00090	300,1667	1533,767	,000	,912
VAR00091	299,5000	1498,700	,544	,910
VAR00092	299,6667	1490,267	,663	,909
VAR00093	299,8333	1528,567	,122	,912
VAR00094	299,6667	1515,867	,413	,911
VAR00095	299,8333	1533,367	,003	,912
VAR00096	300,0000	1521,200	,389	,911
VAR00097	300,1667	1533,767	,000	,912
VAR00098	299,8333	1533,367	,003	,912
VAR00099	299,8333	1533,367	,003	,912
VAR00100	300,0000	1546,000	-,386	,913
VAR00101	299,5000	1515,500	,277	,911
VAR00102	300,0000	1524,800	,276	,911
VAR00103	296,3333	1521,867	,368	,911
VAR00104	297,0000	1503,200	,322	,911
VAR00105	297,0000	1516,400	,541	,911
VAR00106	296,3333	1546,667	-,407	,913
VAR00107	297,8333	1549,367	-,205	,913
VAR00108	297,8333	1534,967	-,029	,912
VAR00109	297,1667	1492,167	,590	,910
VAR00110	297,6667	1481,867	,471	,910
VAR00111	297,6667	1502,267	,374	,910
VAR00112	298,1667	1498,167	,406	,910
VAR00113	297,0000	1474,800	,768	,908
VAR00114	297,8333	1468,967	,601	,909
VAR00115	296,8333	1490,167	,681	,909
VAR00116	298,0000	1494,000	,425	,910
VAR00117	297,3333	1513,467	,253	,911
VAR00118	296,8333	1465,767	,846	,908
VAR00119	297,3333	1504,667	,489	,910
VAR00120	297,1667	1495,767	,538	,910
VAR00121	296,8333	1496,967	,572	,910
VAR00122	297,0000	1499,200	,583	,910
VAR00123	297,5000	1493,100	,496	,910
VAR00124	297,5000	1493,100	,496	,910
VAR00125	296,8333	1465,767	,846	,908
VAR00126	297,6667	1502,267	,374	,910
VAR00127	297,8333	1454,567	,742	,908
VAR00128	298,3333	1497,867	,459	,910
VAR00129	297,0000	1485,600	,519	,909
VAR00130	297,1667	1466,967	,673	,908
VAR00131	298,1667	1462,567	,640	,908

Anexo XIII. Modelo de Encuesta: Percepción de los expertos acerca de las potencialidades y estrategias para la puesta en valor de Los Puertos de Altagracia". Dirigida a los Expertos. 1era Circulación



Modelo de Encuesta Dirigida a los Expertos



POTENCIALIDADES Y ESTRATEGIAS PARA LA PUESTA EN VALOR TURÍSTICO DEL FRENTE DE AGUA Y CASCO HISTÓRICO DE LOS PUERTOS DE ALTAGRACIA - VENEZUELA.

1. Método de consulta a Expertos – Delphi

IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO:

Nombre y Apellido:

Teléfonos:

Correo electrónico:

Institución donde trabaja:

Institución donde trabajó anteriormente:

Título de pregrado:

Institución:

Año:

Título de Posgrado:

Institución:

Año:

2. Cuestionario (primera circulación)

La aplicación de este cuestionario tiene por objetivo conocer la percepción y opinión de los expertos en materia de turismo y patrimonio cultural sobre las "Potencialidades y Estrategias para la Puesta en Valor Turístico del Frente de Agua y Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia" capital del municipio Miranda del estado Zulia (Venezuela); tema de la tesis doctoral que realice en el Doctorado en Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible de la Universidad de Málaga (UMA – España) conjuntamente con la Universidad del Zulia, bajo la dirección del Dr. Enrique Torres Bernier (UMA) y la Dra. Mercedes Ferrer y Arroyo (LUZ).

Con este propósito se utiliza el método Delphi, basado en la aplicación de una encuesta a expertos, y el análisis posterior de sus opiniones en dos oportunidades, (1ª y 2ª circulación del Delphi) para, de esta manera, definir estrategias y oportunidades a partir de los acuerdos y consensos construidos entre pares que ayudarán a ampliar y validar la visión sobre los temas abordados.

Usted ha sido seleccionado/a para configurar el panel de expertos. Por favor complete el siguiente cuestionario. Agradezco que complete el cuestionario teniendo en cuenta el objetivo del mismo y el hecho de que usted ha sido elegido a título individual, en virtud de sus conocimientos y experiencia en la materia en cuestión.

A. Estructura del cuestionario

El instrumento se divide en 4 partes en coherencias con los objetivos planteados, En la primera parte se valora la situación actual en cuanto factores que limitan/inhiben la puesta en valor turístico, la segunda parte referida a factores favorables y potenciales del Municipio, que promueven/facilitan la misma, en la tercera se definen y valoran estrategias a seguir, y en la cuarta parte se valora los recursos potenciales naturales y culturales con que cuenta el municipio Miranda para poner en valor turístico el frente de agua y el casco histórico de Los Puertos de Altagracia.

B. Escala de valoración

La escala de valoración del DELPHI es del 1 al 7 como se muestra en la tabla siguiente:

Escala de valoración

1	Totalmente de acuerdo	5	Parcialmente en desacuerdo
2	Bastante de acuerdo	6	Bastante en desacuerdo
3	Parcialmente de acuerdo	7	Completamente en desacuerdo
4	Neutral		

Fuente: Reyes, 2011 / Camacaro, 2010

C. Aplicación del cuestionario

El cuestionario se aplica a EXPERTOS-INFORMANTES CLAVE y a título personal, ya que fueron seleccionados individualmente por sus conocimientos y experiencia en los temas investigados.

MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN

Profesor ARQ. Manuel Luzardo 0426 5625122

Fecha para recibir respuesta 5 días

Favor remitir los cuestionarios al correo electrónico: maluzardo2@hotmail.com

3. CUESTIONARIO (1 CIRCULACIÓN)

Objetivo:

El objetivo de este cuestionario es recoger su opinión como experto y/o autoridad pública o privada con competencia directa o indirecta, en los temas investigados en materia turística local y patrimonial, sobre las potencialidades y estrategias que viabilizarán la puesta en valor turístico del frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altigracia.

Parte I. Situación actual (diagnóstico situacional) factores que limitan/inhíben la puesta en valor turístico del frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altigracia.

Objetivo:

Describir y valorar la situación actual en cuanto a ciertos aspectos que limitan/inhíben la puesta en valor turístico el frente de agua y el casco histórico de Los Puertos de Altigracia (capital del municipio Miranda).

(Puntuar a las afirmaciones entre 1 Totalmente de acuerdo a 7 Completamente en desacuerdo)

1. Indique el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones en cuanto a la problemática internas y externas (Debilidades y Amenazas) enfocadas sobre diversos aspectos relacionados con la actividad turística de la ciudad de Los Puertos de Altigracia y el municipio Miranda.

Escala de valoración

1	Totalmente de acuerdo	5	Parcialmente en desacuerdo
2	Bastante de acuerdo	6	Bastante en desacuerdo
3	Parcialmente de acuerdo	7	Completamente en desacuerdo
4	Neutral		

Fuente: Reyes, 2011 / Camacaro, 2010

Pronostico Situacional (Debilidades y Amenazas)

a. Planificación y Gestión Turística	1	2	3	4	5	6	7
1. Los Puertos de Altigracia y el municipio Miranda adolecen de una planificación de desarrollo turístico integral para la zona							
2. Actualmente el turismo es una actividad de poca trascendencia económica en el municipio.							
3. La asignación de recursos económicos para los organismos de gestión turística pública local y estatal es insuficiente							
4. Falta voluntad política por los distintos niveles de gobierno para llevar adelante el desarrollo del turismo en el Municipio							
5. Inexistencia de un ente coordinador que viabilice el rescate y aprovechamiento de los recursos naturales y culturales existentes para poner en valor turístico el casco fundacional							
6. La falta de continuidad administrativa, dificulta la efectiva concreción de planes y proyectos turísticos y urbanísticos.							
7. El sector privado tiene poca confianza y no invierte ó invierte poco en turismo							
8. Pocos estímulos a la comunidad organizada y de parte de los entes competentes para impulsar microempresas de servicios turístico; y participación en los procesos de gestión							
9. Limitado/deficiente desarrollo de proyectos turísticos relacionados con la declaratoria como "Sitio de Valor Histórico Nacional", del Casco Histórico de Altigracia							
10. La exclusión del frente de agua dentro del perímetro de la declaratoria patrimonial del Casco Histórico de Altigracia afecta negativamente el desarrollo del turismo en la zona							
11. Falta interés por la actual administración de la Alcaldía Bolivariana para aplicar el Plan de Ordenamiento Urbano de Altigracia (PDUL, 1996) que regula el control del crecimiento urbano y la conservación del Casco Histórico							
12. Hace falta una cultura ciudadana que valore la actividad turística y la importancia de la concienciación sobre el potencial turístico del destino.							
13. Necesidad de motivar la participación de actores del sector privado en la planificación y procesos de gestión turística.							
Otros (incluya y valore por favor aspecto no tratado y que considere importante)							
1.							
2.							
3.							
4.							

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

b. Oferta (recursos naturales y culturales)	1	2	3	4	5	6	7
1. Problemas de impacto ambiental por contaminación del Lago de Maracaibo, limitan la presencia de turistas en la zona							
2. La conservación de las viviendas residenciales del Casco Histórico pasa por el nivel de concientización de sus habitantes y propietarios acerca del valor que poseen.							
3. El deterioro y en algunos casos abandono por parte de los habitantes/propietarios de las edificaciones residenciales patrimoniales, es consecuencia de los altos costos para su mantenimiento							
4. La presencia de estudiantes de otros estados y municipios, sumados a la crisis económica es un factor de presión para que los dueños de viviendas con valor histórico, alteren física y espacialmente las mismas al convertirlas en residencias estudiantiles.							
5. En Altagracia los horarios de apertura de los recursos turísticos (museos, iglesia, entre otros) son inadecuados para los visitantes							
6. Existe poca diversidad de artesanía y falta de promoción a la existente							
7. Tímida promoción de los actores sociales y turísticos en forma coordinada para la revalorización de recursos culturales como son los acontecimientos programados anuales propios de su cultura							
Otros (incluya y valore por favor aspecto no tratado y que considere importante)							
1.							
2.							
3.							
4.							

c. Demanda Turística	1	2	3	4	5	6	7
1. Porcentaje de turistas extranjeros que visitan el Estado Zulia es muy bajo en relación a otros destinos de Venezuela							
2. Por su cercanía al estado Falcón existe competencia y pérdida potencial del mercado turístico en el renglón sol y playa.							
3. Es poco exigente la demanda de visitante como turismo interno al provenir de otros municipios del Estado Zulia y del resto del país							
4. Se puede producir rechazo hacia la actividad turística en los residentes del casco histórico, al superarse la capacidad de carga vehicular y la contaminación acústica durante la realización de eventos como ferias populares entre otras.							
5. Inexistencia de campañas de promoción turística hacia la localidad			X				
Otros (incluya y valore por favor aspecto no tratado y que considere importante)							
1.							
2.							
3.							
4.							

d. Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos	1	2	3	4	5	6	7
1. No existen hoteles categorizados que apoyen la actividad turística							
2. La cercanía con otras ciudades importantes como Maracaibo es una amenaza que desincentiva el desarrollar la infraestructura hotelera en el municipio Miranda							
3. La inexistencia de empresas registradas de servicio turístico dentro del Municipio, afecta negativamente el desarrollo del turismo en la zona.							
4. Imagen débil/inexistente obstaculiza el marketing turístico municipal por falta de equipamiento y señalización en los lugares de interés turístico natural y urbano							
5. La inexistencia de empresas dedicadas al transporte turístico vehicular, así como paradores viales incide negativamente en el desarrollo de la actividad turística.							
6. Insuficiencia en servicios financieros como bancos y cajeros automáticos							
7. Ausencia de módulos de información turística permanentes para promover la actividad turística							
8. Inexistencia de equipamiento en las playas como zona de servicios permanente de apoyo al turismo							
9. Ausencia de facilidades turística (información turística, alimentos y bebidas, entre otras) dentro de las edificaciones históricas y culturales, afectar la actividad turística							
Otros (incluya y valore por favor aspecto no tratado y que considere importante)							
1.							
2.							
3.							
4.							

e. Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano	1	2	3	4	5	6	7
1. El mal estado de las vías de acceso principal al Municipio, así como una adecuada señalización, demarcación y alumbrado limitan el desarrollo del turismo							
2. Déficits de servicios básicos de infraestructura referidos a electricidad, agua, afecta/desincentivan la inversión y el desarrollo del turismo.							
3. Los sitios turísticos no cuentan con transporte, servicios y mobiliario urbano adecuado: bancos, cestos de basura, seguridad permanente entre otros.							
Otros (incluya y valore por favor aspecto no tratado y que considere importante)							
1.							
2.							
3.							

Parte II. Situación actual (diagnostico situacional) referida a factores favorables y potenciales del municipio Miranda que promueven/facilitan la puesta en valor turístico el frente de agua y el casco histórico de su capital Los Puertos de Attagracia.

Objetivo:

Describir y valorar la situación actual en cuanto a ciertos aspectos favorables y potenciales con que cuenta el municipio Miranda para poner en valor turístico el frente de agua y el casco histórico de su capital Los Puertos de Attagracia.

(Puntuar a las afirmaciones entre 1 Totalmente de acuerdo a 7 Completamente en desacuerdo)

2. Indique el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones en cuanto a las potencialidades internas y externas (fortalezas y oportunidades) enfocadas sobre diversos aspectos relacionados con la actividad turística, de la ciudad de Los Puertos de Attagracia y municipio Miranda.

Escala de valoración

1	Totalmente de acuerdo	5	Parcialmente en desacuerdo
2	Bastante de acuerdo	6	Bastante en desacuerdo
3	Parcialmente de acuerdo	7	Completamente en desacuerdo
4	Neutral		

Fuente: Reyes, 2011 / Camacaro, 2010

Potencialidades (Fortalezas y Oportunidades)

a. Planificación y Gestión Turística	1	2	3	4	5	6	7
1. Formar parte el municipio Miranda del I Censo del Patrimonio Cultural Venezolano como "Bien de Interés Cultural", (resolución N° 003-05 del 20-02-05) es una oportunidad para el desarrollo del turismo y divulgar y preservar su herencia cultural.							
2. La nueva ley de financiamiento turística (2009), así como el FONTUR, entre otras es una oportunidad para acceder a inversión en equipamiento o mejora de las existentes							
3. Favorece el desarrollo del turismo en el Municipio la coincidencia de opciones/consenso político existente entre los actores involucrados en el sector a nivel nacional, estatal y municipal							
4. El turismo puede ser una actividad para revalorizar la conservación del Patrimonio Cultural urbano del casco histórico de Los Puertos de Attagracia							
5. La participación de las comunidades organizadas, consejos comunales, asociaciones entre otras, como actores locales protagónicos, contemplados en la Ley de Crédito para el Turismo (2009), impulsará el desarrollo turístico en la zona.							
6. Fomentar la actividad turística en la zona mejorar la calidad de vida de sus habitantes							
7. Presencia de la Universidad Rafael María Baralt, que cuenta con carreras nuevas en el país y una demanda alta de estudiantes, de otros estados y países vecinos como Bolivia, Perú y Colombia, puede potenciar el desarrollar del turismo							
8. Existencia de cursos de formación turísticas promovidas por la Alcaldía de Miranda y las misiones educativas, favorecen el desarrollo de recursos humanos para potenciar el turismo.							
Otros (incluya y valore por favor aspecto no tratado y que considere importante)							
1.							
2.							
3.							
4.							

b. Oferta (recursos naturales y culturales)	1	2	3	4	5	6	7
1. Los Puertos de Attagracia cuentan con potencial turístico cultural, patrimonial, artístico y religioso que requieren ser puestos en valor turístico							
2. El Municipio Miranda cuenta con playas actas/aptas y muy visitadas para el desarrollo del turismo de sol y playa y de deportes activos.							
3. La ubicación estratégica del municipio por presentar aproximadamente 100 km de línea de costas del Lago y Mar.							
4. Clima tropical cálido húmedo todo el año con temperatura media de 28°C y la presencia casi permanente del sol incide positivamente en la permanencia de turistas todo el año							
5. Variedad de recursos naturales (costa, lago, manglares, ciénaga y aves como el flamenco) que generan paisajes interesantes para actividades científicas - contemplativas, recreativas, deportivas entre otras							
6. Festividades religiosas-culturales programadas todo el año entre las que destacan: "Vuelta al terruño", fiestas patronales, coleos de toros entre otros para ofrece al visitante.							
7. Frente de agua del "Boulevard Padilla", zona urbana para uso turístico recreacional y de ocio fortalece el potencial turístico de Los Puertos.							
8. La presencia en el Municipio de empresas como PEQUIVEN, ENSAL, AGA, puerto de embarque petrolero "Puerto Miranda", entre otros, son atractivos que favorece el desarrollo del turismo en la zona							
9. Arraigo y el sentido de identidad de los habitantes con sus costumbres y tradiciones y considerar como un buen sitio para vivir, por su seguridad y tranquilidad favorece la actividad turística							
10. Gente hospitalaria, alegre, con un trato amigable que los habitantes tienen para con los visitantes							
Otros (incluya y valore por favor aspecto no tratado y que considere importante)							
1.							
2.							
3.							
4.							

c. Demanda Turística	1	2	3	4	5	6	7
1. Presencia de forma espontánea de visitantes (siendo más excursionistas que turistas) durante distintas épocas del año: fines de semana, carnaval, Semana Santa entre otros.							
2. Existencia de ciudades cercanas como Maracaibo que escasamente se ubica a 34 Km. de la población atagraciana puede generar una demanda potencial de visitantes							
3. La alta demanda en el Municipio Miranda de visitantes especialmente para el turismo de sol y playa, gastronómico, de visita a familiares durante todo el año es una oportunidad para valorar y rescatar el casco histórico de Atagracia							
Otros (incluya y valore por favor aspecto no tratado y que considere importante)							
1.							
2.							
3.							
4.							

d. Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos	1	2	3	4	5	6	7
1. La actual construcción de un hotel en la zona norte de Atagracia y uno en proyecto en la zona sur impulsará la actividad turística del Municipio							
2. Restaurantes muy demandados especialmente los fines de semana y en temporadas altas por visitantes de otros municipios y residentes, siendo valorada la gastronomía como muy buena y de precios accesibles.							
3. Presencia en el Municipio de una red de transporte público municipal (SABTRA) que conecta la ciudad de Atagracia con el resto del municipio facilitando el desplazamiento de visitantes desde el terminal lacustre.							
4 .Presencia de tres emisoras de radio local, una red local de televisión por suscripción, un semanario para mantener a la comunidad informada sobre cualquier evento cultural, deportivo, turístico, así como concienciar a la población para la preservación de su identidad y Patrimonio Cultural							
Otros (incluya y valore por favor aspecto no tratado y que considere importante)							
1.							
2.							
3.							
4.							

e. Accesibilidad y Transporte, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano	1	2	3	4	5	6	7
1. Posición privilegiada con relación a otros Municipios de la Subregión Costa Oriental del Lago, siendo la Puerta al Zulia terrestre y marítima desde la zona norte del país.							
2. Terminal de pasajeros con rutas urbanas y extra-urbanas que comunican al municipio Miranda con el estado Zulia y resto del país							
3. Terminal lacustre que facilitan la presencia de visitantes y temporadistas (fines de semana y en temporadas altas).							
4. Existencia/permanencia de una ruta de transporte público lacustre, municipal que conecta directamente Los Puertos de Atagracia con Maracaibo (capital del estado Zulia), lo que fortalece el desplazamiento de visitantes y el turismo.							
5. La tranquilidad que se percibe y la seguridad tanto ciudadana como de los bienes (siendo uno de los municipio más seguro del estado Zulia), influye positivamente en el desarrollo turístico							
Otros (incluya y valore por favor aspecto no tratado y que considere importante)							
1.							
2.							
3.							

Parte III. Definir y valorar estrategias para poner en valor turístico el frente de agua y el casco histórico de Los Puertos de Altigracia.

Objetivo:

Describir y valorar las posibles estrategias referidas a diferentes aspectos básicos para poner en valor turístico el frente de agua y el casco histórico de Los Puertos de Altigracia, capital del municipio Miranda..

(Puntuar a las afirmaciones entre **1** Totalmente de acuerdo a **7** Completamente en desacuerdo)

3. Indique el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones descritas como estrategias propuestas en cuanto a la planificación y gestión turística, oferta (recursos naturales culturales), demanda, facilidades turísticas entre otros de la ciudad de Los Puertos de Altigracia y municipio Miranda.

Escala de valoración

1	Totalmente de acuerdo	5	Parcialmente en desacuerdo
2	Bastante de acuerdo	6	Bastante en desacuerdo
3	Parcialmente de acuerdo	7	Completamente en desacuerdo
4	Neutral		

Fuente: Reyes, 2011 / Camacaro, 2010

Estrategias para el desarrollo del turismo sostenible en Los Puertos de Altigracia

a. Planificación y Gestión Turística	1	2	3	4	5	6	7
1. Fortalecer la gestión turística de la Alcaldía creando una unidad de gestión/coordiación con visión sistémica-integral que viabilice el rescate y aprovechamiento de los recurso naturales y culturales existentes para su puesta en valor.							
2. Elaborar una plataforma normativa y de planificación estratégica que promueva e incentiven la inversión privada, para lograr el desarrollo turístico sostenible.							
3. Estimular/promover la participación de actores y fuentes de financiamiento alternativos público-privadas y sociales, para proyectos de conservación y rescate de edificaciones arquitectónicas de carácter patrimonial, tanto pública como privada							
4. Implicar a los representantes políticos, técnico, sociales y empresariales en el diseño de un destino turístico, que tome en cuenta la gestión de los recursos naturales y culturales, aportándoles información directa sobre nuevas tendencias de mercado en materia de turismo cultural y recreativo							
5. Promover proyectos y asesoría técnica para el rescate/recuperación y acondicionamiento de edificaciones con valor patrimonial del casco histórico y frente de agua de Altigracia							
6. Crear alianzas con instituciones públicas, privadas y/o ciudadanas apoyadas en la educación para capacitar y concientizar a la población residente y los entes involucrados en la conservación y preservación de su patrimonio cultural							
7. Sensibilizar y concientiar a la población local y entes privados sobre la importancia del turismo como generador de riqueza en el municipio.							
8. Implantar un plan de mercadeo turístico que incluya campañas de concientización y de divulgación del valor del patrimonio cultural latente en Los Puertos de Altigracia que acerque la demanda a la oferta							
9. Activar planes de marketing para promover al Municipio Miranda y su capital Los Puertos de Altigracia como destino turístico							
10. Promover activamente iniciativas público - privado para el diseño de diferentes paquetes o circuitos turísticos, que integren los recursos naturales y culturales del municipio							
Otros (incluya y valore por favor aspecto no tratado y que considere importante)							
1.							
2.							
3.							
4.							

b. Oferta (recursos naturales y culturales)	1	2	3	4	5	6	7
1. Optimizar el aprovechamiento del Lago de Maracaibo y costas al mar como potencial turístico, recreativo y deportivo							
2. Mejora ambiental de entornos turísticos							
3. Poner en valor recursos turísticos de interés naturales y culturales no aprovechados actualmente como la Ciénaga de los Olivitos con una visión sustentable y el casco histórico de Altigracia como una oferta integral al visitante							
4. Dinamizar el casco histórico de la ciudad, convirtiéndolo en un espacio vivo, con señalética patrimonial de calidad y de fácil acceso a los principales recursos turístico.							
5. Utilizar estratégicamente la participación de la comunidad local como elemento de interpretación del patrimonio cultural, a través de las costumbres y tradiciones de sus habitantes orgullosos de su pasado.							
Otros (incluya y valore por favor aspecto no tratado y que considere importante)							
1.							
2.							
3.							

c. Demanda turística	1	2	3	4	5	6	7
1. Aumentar el nivel de satisfacción de los visitantes que manifiestan regresar, mejorando la calidad de la oferta, llenando de nuevos contenidos sus espacios y aptándolos de las nuevas tendencias de la demanda							
2. Potenciar sinergias colaborativas y de cogestión entre los agentes implicados en el desarrollo de la actividad turística local, entre los empresarios, la comunidad y la Alcaldía, para potenciar la presencia de visitantes al municipio dada la alta demanda del producto gastronómico altamente valorado y de segmento sol y playa							
3. Apoyar nuevos segmento de demanda emergentes como: (puntee según su criterio)							
a- Turismo religioso							
b- Turismo deportivo							
c- Turismo de esparcimiento							
d- Turismo cultural, patrimonial e histórico							
e- Turismo de eventos y ferias							
f- Turismo de naturaleza y observación de aves							
g- Agroturismo							
h- Turismo social (subsidiado por el gobierno para personas de bajo recursos)							
Otros (incluya y valore por favor aspecto no tratado y que considere importante)							
1.							
2.							
3.							

d. Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos	1	2	3	4	5	6	7
1. Se requiere la construcción de hoteles categorizados y posadas turísticas, para dar impulso al desarrollo turístico y generar crecimiento – mejor calidad de vida en el destino.							
2. Promover alianzas estratégicas pluriactorales dirigidas a la promoción de proyectos que mejoren y amplíen la oferta de facilidades y equipamiento urbano que potencien las condiciones espaciales y de servicios del casco histórico y frente de agua.							
3. Crear una red de servicios básicos de atención al visitante (señalización, información turística) y localizar en los sitios estratégicos como museos y edificios patrimoniales,							
4. Propiciar convenios de formación e inducción hacia la actividad turística del capital humano tanto de los prestadores de servicios turísticos, los taxistas, guías turísticos, marinos, entre otros para mejorar la atención al cliente.							
Otros (incluya y valore por favor aspecto no tratado y que considere importante)							
1.							
2.							
3.							

e. Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano	1	2	3	4	5	6	7
1. Promover el desarrollo y ejecución de proyectos para el acondicionamiento de la vialidad y señalización vial y turística del municipio							
2. Optimización la calidad de los servicios en el terminal lacustre para mejorar la accesibilidad directa con otros municipios del estado Zulia e Islas cercanas							
3. Ampliación y acondicionamiento en las instalaciones del terminal de pasajeros de Los Puertos como punto receptor del transporte público terrestre y mejoras en la calidad del servicio prestado para el desarrollo del turismo							
4. Dotar de servicios públicos y equipamiento como mobiliario urbano adecuado, en las principales áreas de los espacios turísticos tanto naturales como culturales							
5. Mejorar la imagen urbana del casco histórico de Altagracia, con la sustitución del sistema de cableados externos e luminarias, colocando unos acorde al espacio urbanístico.							
6. Acondicionamiento de aceras para el peatón que faciliten la accesibilidad y ampliación de la colocación de adoquines en las calles para reforzar un ambiente histórico colonial.							
7. Instalar áreas de apoyo como servicios de aseo personal en las playas del municipio, adaptándolos a la demanda social y turística							
Otros (incluya y valore por favor aspecto no tratado y que considere importante)							
1.							
2.							
3.							

Parte IV. Valoración de recursos y productos existentes en Los Puertos de Atagracia y Municipio Miranda agrupados en tres categorías: Sitios naturales, Edificaciones Patrimoniales y Manifestaciones culturales y religiosas

Objetivo:

Valoración de los recursos potenciales naturales y culturales para la puesta en valor turístico de la ciudad de Los Puertos de Atagracia capital del municipio Miranda.

4. Indique con una "X" cuál considera que es la valoración del potencial turístico de los recursos naturales y culturales de la ciudad de Los Puertos de Atagracia y municipio Miranda, según la siguiente escala:

Escala de valoración

1	No tiene potencial turístico
2	Potencial turístico muy bajo – para el nivel local
3	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)
4	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)
5	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)

Fuente: Camacaro 2010.

Valoración de los recursos potenciales naturales y culturales

Potencial Turístico de los recursos naturales		1	2	3	4	5
Recursos naturales	Lago de Maracaibo					
	Clima					
	Área de Manglares (Buque)					
	Ciénaga Los Olivitos					
	Playas de Quisiro					
	Playa Punta Vigía					
Otros (incluya por favor otro (s) recurso (s) no tratado y que considere importante incluirlo y puntéelos igualmente)						
1.						
2.						

Potencial Turístico de los recursos culturales tangibles		1	2	3	4	5
Recursos culturales tangibles	Iglesia "Nuestra Señora de Atagracia"					
	Plaza Bolívar					
	Plaza Miranda					
	Plaza Ana María Campos					
	Museo Centro Histórico de Atagracia					
	Museo del Hombre					
	Casa Museo Gabriel Bracho					
	Casa la Mansión de los Lobos"					
	Bulevar costanero Padilla					
	Sector urbano Casco Histórico de Los Puertos de Atagracia					
Otros (incluya por favor otro (s) recurso (s) no tratado y que considere importante incluirlo y puntéelos igualmente)						
1.						
2.						

Potencial Turístico de los recursos culturales intangibles		1	2	3	4	5
Manifestaciones populares y religiosas	Devoción a la Virgen de Atagracia					
	Fiestas en honor a San Benito					
	Paseo de la Virgen de Atagracia por el lago					
	La Vuelta al Terruño y Feria popular					
	Celebración de la Semana Santa					
	Vía Crucis viviente					
	Gastronomía tradicional a base de pescado, comida en coco. Variedad de dulces postres					
	Juegos jocosos sector El Calvario					
	Trato y hospitalidad de la gente					
	Modo de hablar del lugareño					
	Encuentro tradicional de decimistas					
	Encuentro regional de Chimbangles					
	Peleas de gallo					
	Otros (incluya por favor otro (s) recurso (s) no tratado y que considere importante incluirlo y puntéelos igualmente)					
1.						
2.						

Muchas gracias por sus aportes...

Anexo XIV. Modelo de Encuesta: Percepción de los expertos acerca de las potencialidades y estrategias para la puesta en valor de Los Puertos de Altagracia". Dirigida a los Expertos. 2da Circulación



Modelo de Encuesta Dirigida a los Expertos



POTENCIALIDADES Y ESTRATEGIAS PARA LA PUESTA EN VALOR TURÍSTICO DEL FRENTE DE AGUA Y CASCO HISTÓRICO DE LOS PUERTOS DE ALTAGRACIA - VENEZUELA.

1. Método de consulta a expertos – Delphi

IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO: _____

2. Cuestionario (segunda y última circulación)

La aplicación de este cuestionario tiene por objetivo conocer la percepción y opinión de los expertos en materia de turismo y patrimonio cultural sobre las "Potencialidades y Estrategias para la Puesta en Valor Turístico del Frente de Agua y Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia" capital del municipio Miranda del estado Zulia (Venezuela); tema de la tesis doctoral que realizo en el Doctorado en Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible de la Universidad de Málaga (UMA – España) conjuntamente con la Universidad del Zulia, bajo la dirección del Dr. Enrique Torres Bernier (UMA) y la Dra. Mercedes Ferrer y Arroyo (LUZ).

Con este propósito se utiliza el método Delphi, basado en la aplicación de una encuesta a expertos, y el análisis posterior de sus opiniones en dos oportunidades, (1ª y 2ª circulación del Delphi) para, de esta manera, definir estrategias y oportunidades a partir de los acuerdos y consensos construidos entre pares que ayudarán a ampliar y validar la visión sobre los temas abordados.

Para alcanzar el objetivo de esta 2da y última circulación del cuestionario, discutido en una primera ronda y con algunos cambios, se le presentan unos valores estadísticos denominados **CUARTIL 1 (C1)**, **CUARTIL (C2)**, correspondiente con la **MEDIANA** y **CUARTIL 3 (C3)**, que resultaron de los cálculos realizados a cada uno de los planteamientos analizados, según las opiniones de los expertos consultados.

Para lo cual se le pide por favor volver a analizar los planteamientos en función de estos valores, e indicar su nuevamente su grado de acuerdo o desacuerdo..

A. Estructura del cuestionario

El instrumento se divide en 5 partes en coherencias con los objetivos planteados, En la primera (1) parte se valora la situación actual en cuanto factores que limitan/inhiben la puesta en valor turístico, la segunda (2) parte referida a factores favorables y potenciales del Municipio, que promueven/facilitan la misma, en la tercera (3) se definen y valoran estrategias a seguir, en la cuarta (4) parte se valora los recursos potenciales naturales y culturales con que cuenta el municipio Miranda para poner en valor turístico el frente de agua y el casco histórico de Los Puertos de Altagracia, y en una quinta (5) parte se agregan los aportes formulados por el grupo denominados otros los cuales fueron sintetizados. Es de hacer referencia que en esta segunda circulación después de ser analizados los datos la misma está siendo enviada individualmente a cada experto según la desviación de cada afirmación para agilizar sus respuestas.

B. Escala de valoración

La escala de valoración del DELPHI es del 1 al 7 como se muestra en la tabla siguiente:

Escala de valoración

1	Totalmente de acuerdo	5	Parcialmente en desacuerdo
2	Bastante de acuerdo	6	Bastante en desacuerdo
3	Parcialmente de acuerdo	7	Completamente en desacuerdo
4	Neutral		

Fuente: Reyes, 2011 / Camacaro, 2010

C. Aplicación del cuestionario

El cuestionario se aplica a EXPERTOS-INFORMANTES CLAVE y a título personal, ya que fueron seleccionados individualmente por sus conocimientos y experiencia en los temas investigados.

MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN

Profesor ARQ. Manuel Luzardo 0426 5625122

Fecha para recibir respuesta 5 días

Favor remitir los cuestionarios al correo electrónico: maluzardo2@hotmail.com

3. CUESTIONARIO (2 CIRCULACIÓN)

Objetivo:

El objetivo de esta 2da u última circulación del cuestionario es recoger su opinión como experto y/o autoridad pública o privada con competencia directa o indirecta, en los temas investigados en materia turística local y patrimonial, sobre las potencialidades y estrategias que viabilizarán la puesta en valor turístico del frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altagracia.

Parte I. Situación actual (diagnóstico situacional) factores que limitan/inhiben la puesta en valor turístico del frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altagracia.

Partiendo de los datos obtenidos en la primera circulación, se le presentan después de las afirmaciones unas columnas con unos valores estadísticos denominados **CUARTIL 1 (C1)**, **CUARTIL (C2)**, correspondiente con la **MEDIANA** y **CUARTIL 3 (C3)**. Para lo cual se le pide por favor volver a analizar los planteamientos en función de estos valores, e indicar su nuevamente su grado de acuerdo o desacuerdo.

Si Ud. considera que su opinión está fuera de estos valores (Rangos Intercuartillados extremos C1 y C3), justifique su respuesta en el espacio correspondiente, identificando el número del planteamiento al cual hace referencia.

Escala de valoración

Afirmación consultada	C1	C2 MEDIANA	C3	1	2	3	4	5	6	7
-----------------------	----	---------------	----	---	---	---	---	---	---	---

(Puntuar a las afirmaciones entre 1 Totalmente de acuerdo a 7 Completamente en desacuerdo)

1. Indique el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones en cuanto a la problemática internas y externas (Debilidades y Amenazas) enfocadas sobre diversos aspectos relacionados con la actividad turística de la ciudad de Los Puertos de Altagracia y el municipio Miranda.

Escala de valoración

1	Totalmente de acuerdo	5	Parcialmente en desacuerdo
2	Bastante de acuerdo	6	Bastante en desacuerdo
3	Parcialmente de acuerdo	7	Completamente en desacuerdo
4	Neutral		

Fuente: Reyes, 2011 / Camacaro, 2010

Pronostico Situacional (Debilidades y Amenazas)

a. Planificación y Gestión Turística	C1	C2 Mediana	C3	1	2	3	4	5	6	7
1. Los Puertos de Atagracia y el municipio Miranda adolece de una planificación de desarrollo turístico integral para la zona	1,00	1,00	2,00							
2. Actualmente el turismo es una actividad de poca trascendencia económica en el municipio.	1,00	1,00	2,00							
3. La asignación de recursos económicos para los organismos de gestión turística pública local y estatal es insuficiente	1,00	1,00	2,00							
4. Falta voluntad política por los distintos niveles de gobierno para llevar adelante el desarrollo del turismo en el Municipio	1,00	1,00	1,00							
5. Inexistencia de un ente coordinador que viabilice el rescate y aprovechamiento de los recursos naturales y culturales existentes para poner en valor turístico el casco fundacional	1,00	2,00	2,00							
6. La falta de continuidad administrativa, dificulta la efectiva concreción de planes y proyectos turísticos y urbanísticos.	1,00	1,00	2,00							
7. El sector privado tiene poca confianza y no invierte ó invierte poco en turismo	1,00	1,00	2,00							
8. Pocos estímulos a la comunidad organizada y de parte de los entes competentes para impulsar microempresas de servicios turístico; y participación en los procesos de gestión	1,00	2,00	3,00							
9. Limitado/deficiente desarrollo de proyectos turísticos relacionados con la declaratoria como "Sitio de Valor Histórico Nacional", para la preservación del Casco Histórico Patrimonial de Atagracia (G. oficial N° 32,201: 2-04-1981)	1,00	1,00	2,00							
10. La exclusión del frente de agua dentro del perímetro de la declaratoria patrimonial del Casco Histórico de Atagracia afecta negativamente el desarrollo del turismo en la zona	1,00	1,00	2,00							
12. Hace falta una cultura ciudadana que valore la actividad turística y la importancia de la concienciación sobre el potencial turístico del destino.	1,00	1,00	2,00							
13. Necesidad de motivar la participación de actores del sector privado en la planificación y procesos de gestión turística.	1,00	1,00	1,00							
Espacio para exponer sus razones si sus respuesta está fuera de los cuartiles extremos C1 y C3, favor indicar el número del planteamiento al cual hace referencia										

b. Oferta (recursos naturales y culturales)	C1	C2 Mediana	C3	1	2	3	4	5	6	7
1. Problemas de impacto ambiental por contaminación del Lago de Maracaibo, limitan la presencia de turistas en la zona	1,00	2,00	3,00							
2. La conservación de las viviendas residenciales del Casco Histórico pasa por el nivel de concientización de sus habitantes y propietarios acerca del valor que poseen.	1,00	2,00	3,00							
3. El deterioro y en algunos casos abandono por parte de los habitantes/propietarios de las edificaciones residenciales patrimoniales, es consecuencia de los altos costos para su mantenimiento	1,00	2,00	3,00							
4. La presencia de estudiantes de otros estados y municipios, sumados a la crisis económica es un factor de presión para que los dueños de viviendas con valor histórico, alteren física y espacialmente las mismas al convertirlas en residencias estudiantiles.	1,00	3,00	4,00							
5. En Atagracia los horarios de apertura de los recursos turísticos (museos, iglesia, entre otros) son inadecuados para los visitantes	1,00	2,00	3,00							
6. Existe poca diversidad de artesanía y falta de promoción a la existente	1,00	1,00	2,00							
7. Tímida promoción de los actores sociales y turísticos en forma coordinada para la revalorización de recursos culturales como son los acontecimientos programados anuales propios de su cultura	1,00	2,00	2,00							
Espacio para exponer sus razones si sus respuesta está fuera de los cuartiles extremos C1 y C3, favor indicar el número del planteamiento al cual hace referencia										

c. Demanda Turística	C1	C2 Mediana	C3	1	2	3	4	5	6	7
1. Porcentaje de turistas extranjeros que visitan el Estado Zulia es muy bajo en relación a otros destinos de Venezuela	1,00	2,00	3,00							
2. Por su cercanía al estado Falcón existe competencia y pérdida potencial del mercado turístico en el renglón sol y playa.	1,00	2,00	3,00							
3. Es poco exigente la demanda de visitante como turismo interno al provenir de otros municipios del Estado Zulia y del resto del país	1,00	2,00	3,00							
4. Se puede producir rechazo hacia la actividad turística en los residentes del casco histórico, al superarse la capacidad de carga vehicular y la contaminación acústica durante la realización de eventos como ferias populares entre otras.	2,00	3,00	5,00							
5. Inexistencia de campañas de promoción turística hacia la localidad	1,00	1,00	2,00							
Espacio para exponer sus razones si sus respuesta está fuera de los cuartiles extremos C1 y C3, favor indicar el número del planteamiento al cual hace referencia										

d. Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos	C1	C2 Mediana	C3	1	2	3	4	5	6	7
1. No existen hoteles categorizados que apoyen la actividad turística	1,00	1,00	1,00							
2. La cercanía con otras ciudades importantes como Maracaibo es una amenaza que desincentiva el desarrollar la infraestructura hotelera en el municipio Miranda	1,00	2,00	5,00							
3. La inexistencia de empresas registradas de servicio turístico dentro del Municipio, afecta negativamente el desarrollo del turismo en la zona.	1,00	1,00	2,00							
4. Imagen débil/inexistente obstaculiza el marketing turístico municipal por falta de equipamiento y señalización en los lugares de interés turístico natural y urbano	1,00	1,00	2,00							
5. La inexistencia de empresas dedicadas al transporte turístico vehicular, así como paradores viales incide negativamente en el desarrollo de la actividad turística.	1,00	1,00	2,00							
6. Insuficiencia en servicios financieros como bancos y cajeros automáticos	1,00	1,00	2,00							
7. Ausencia de módulos de información turística permanentes para promover la actividad turística	1,00	1,00	2,00							
8. Inexistencia de equipamiento en las playas como zona de servicios permanente de apoyo al turística	1,00	1,00	2,00							
9. Ausencia de facilidades turística (información turística, alimentos y bebidas, entre otras) dentro de las edificaciones históricas y culturales, afectar la actividad turística	1,00	2,00	3,00							
Espacio para exponer sus razones si sus respuesta está fuera de los cuartiles extremos C1 y C3, favor indicar el número del planteamiento al cual hace referencia										

e. Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano	C1	C2 Mediana	C3	1	2	3	4	5	6	7
1. El mal estado de las vías de acceso principal al Municipio, así como una adecuada señalización, demarcación y alumbrado limitan el desarrollo del turismo	1,00	1,00	2,00							
2. Déficit de servicios básicos de infraestructura referidos a electricidad, agua, afecta/desincentivan la inversión y el desarrollo del turismo.	1,00	1,00	2,00							
3. Los sitios turísticos no cuentan con transporte, servicios y mobiliario urbano adecuado: bancos, cestos de basura, seguridad permanente entre otros.	1,00	1,00	2,00							
Espacio para exponer sus razones si sus respuesta está fuera de los cuartiles extremos C1 y C3, favor indicar el número del planteamiento al cual hace referencia										

Parte II. Situación actual (diagnostico situacional) referida a factores favorables y potenciales del municipio Miranda que promueven/facilitan la puesta en valor turístico el frente de agua y el casco histórico de su capital Los Puertos de Altagracia.

Objetivo:

Describir y valorar la situación actual en cuanto a ciertos aspectos favorables y potenciales con que cuenta el municipio Miranda para poner en valor turístico el frente de agua y el casco histórico de su capital Los Puertos de Altagracia.

(Puntuar a las afirmaciones entre **1** Totalmente de acuerdo a **7** Completamente en desacuerdo)

2. Indique el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones en cuanto a las potencialidades internas y externas (fortalezas y oportunidades) enfocadas sobre diversos aspectos relacionados con la actividad turística, de la ciudad de Los Puertos de Altagracia y municipio Miranda.

Escala de valoración

1	Totalmente de acuerdo	5	Parcialmente en desacuerdo
2	Bastante de acuerdo	6	Bastante en desacuerdo
3	Parcialmente de acuerdo	7	Completamente en desacuerdo
4	Neutral		

Fuente: Reyes, 2011 / Camacaro, 2010

Potencialidades (Fortalezas y Oportunidades)

a. Planificación y Gestión Turística	C1	C2 Mediana	C3	1	2	3	4	5	6	7
1. Formar parte el municipio Miranda del I Censo del Patrimonio Cultural Venezolano como "Bien de Interés Cultural", es una oportunidad para el desarrollo del turismo y divulgar y preservar su herencia cultural.	1,00	1,00	1,00							
2. La nueva ley de financiamiento turística (2009), así como el FONTUR, entre otras es una oportunidad para acceder a inversión en equipamiento o mejora de las existentes	1,00	1,00	1,00							
3. Favorece el desarrollo del turismo en el Municipio la coincidencia de opciones/consenso político existente entre los actores involucrados en el sector a nivel nacional, estatal y municipal	1,00	1,00	3,00							
5. La participación de las comunidades organizadas, consejos comunales, asociaciones entre otras, como actores locales protagónicos, contemplados en la Ley de Crédito para el Turismo (2009), impulsará el desarrollo turístico en la zona.	1,00	1,00	3,00							
6. Fomentar la actividad turística en la zona mejorar la calidad de vida de sus habitantes	1,00	1,00	1,00							
7. Presencia de la Universidad Rafael María Baralt, que cuenta con carreras nuevas en el país y una demanda alta de estudiantes, de otros estados y países vecinos como Bolivia, Perú y Colombia, puede potenciar el desarrollo del turismo	1,00	1,00	2,00							
8. Existencia de cursos de formación turísticas promovidas por la Alcaldía de Miranda y las misiones educativas, favorecen el desarrollo de recursos humanos para potenciar el turismo.	1,00	2,00	3,00							
Espacio para exponer sus razones si sus respuesta está fuera de los cuartiles extremos C1 y C3, favor indicar el número del planteamiento al cual hace referencia										

b. Oferta (recursos naturales y culturales)	C1	C2 Mediana	C3	1	2	3	4	5	6	7
1. Los Puertos de Atagracia cuentan con potencial turístico cultural, patrimonial, artístico y religioso que requieren ser puestos en valor turístico	1,00	1,00	1,00							
2. El Municipio Miranda cuenta con playas actas/aptas y muy visitadas para el desarrollo del turismo de sol y playa y de deportes activos.	1,00	1,00	2,00							
3. La ubicación estratégica del municipio por presentar aproximadamente 100 km de línea de costas del Lago y Mar.	1,00	1,00	1,00							
4. Clima tropical cálido húmedo todo el año con temperatura media de 30°C y la presencia casi permanente del sol incide positivamente en la permanencia de turistas todo el año	1,00	1,00	2,00							
5. Variedad de recursos naturales (costa, lago, manglares, ciénaga y aves como el flamenco) que generan paisajes interesantes para actividades científicas - contemplativas, recreativas, deportivas entre otras	1,00	1,00	1,00							
6. Festividades religiosas-culturales programadas todo el año entre las que destacan: "Vuelta al terruño", fiestas patronales de Atagracia, San Benito, San José, San Antonio, coleos de toros entre otros para ofrece al visitante.	1,00	1,00	1,00							
7. Frente de agua del "Boulevard Padilla", zona urbana para uso turístico recreacional y de ocio fortalece el potencial turístico de Los Puertos.	1,00	1,00	1,00							
8. La presencia en el Municipio de empresas como PEQUIVEN, ENSAL, AGA, puerto de embarque petrolero "Puerto Miranda", entre otros, son atractivos que favorece el desarrollo del turismo en la zona	1,00	2,00	4,00							
9. Arraigo y el sentido de identidad de los habitantes con sus costumbres y tradiciones y considerar como un buen sitio para vivir, por su seguridad y tranquilidad favorece la actividad turística	1,00	2,00	3,00							
10. Gente hospitalaria, alegre, con un trato amigable que los habitantes tienen para con los visitantes	1,00	2,00	3,00							
Espacio para exponer sus razones si sus respuesta está fuera de los cuartiles extremos C1 y C3, favor indicar el número del planteamiento al cual hace referencia										

c. Demanda Turística	C1	C2 Mediana	C3	1	2	3	4	5	6	7
1. Presencia de forma espontánea de visitantes (siendo más excursionistas que turistas) durante distintas épocas del año: fines de semana, carnaval, Semana Santa entre otros	1,00	1,00	1,00							
2. Existencia de ciudades cercanas como Maracaibo que escasamente se ubica a 34 Km. de la población atagraciana puede generar una demanda potencial de visitantes	1,00	1,00	2,00							
3. La alta demanda en el Municipio Miranda de visitantes especialmente para el turismo de sol y playa, gastronómico, de visita a familiares durante todo el año es una oportunidad para valorar y rescatar el casco histórico de Atagracia	1,00	1,00	1,00							
Espacio para exponer sus razones si sus respuesta está fuera de los cuartiles extremos C1 y C3, favor indicar el número del planteamiento al cual hace referencia										

d. Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos	C1	C2 Mediana	C3	1	2	3	4	5	6	7
1. La actual construcción de un hotel en la zona norte de Atagracia y uno en proyecto en la zona sur impulsará la actividad turística del Municipio	1,00	1,00	2,00							
2. Restaurantes muy demandados especialmente los fines de semana y en temporadas altas por visitantes de otros municipios y residentes, siendo valorada la gastronomía como muy buena y de precios accesibles.	1,00	1,00	2,00							
3. Presencia en el Municipio de una red de transporte público municipal (SABTRA) que conecta la ciudad de Atagracia con el resto del municipio facilitando el desplazamiento de visitantes desde el terminal lacustre	1,00	2,00	3,00							
4. Presencia de tres emisoras de radio local, una red local de televisión por suscripción, un semanario para mantener a la comunidad informada sobre cualquier evento cultural, deportivo, turístico, así como concienciar a la población para la preservación de su identidad y Patrimonio Cultural	1,00	2,00	3,00							
Espacio para exponer sus razones si sus respuesta está fuera de los cuartiles extremos C1 y C3, favor indicar el número del planteamiento al cual hace referencia										

e. Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano	C1	C2 Mediana	C3	1	2	3	4	5	6	7
1. Posición privilegiada con relación a otros Municipios de la Subregión Costa Oriental del Lago, siendo la Puerta al Zulia terrestre y marítima desde la zona norte del país.	1,00	1,00	1,00							
2. Terminal de pasajeros con rutas urbanas y extra-urbanas que comunican al municipio Miranda con el estado Zulia y resto del país	1,00	2,00	2,00							
3. Terminal lacustre que facilitan la presencia de visitantes y temporadistas (fines de semana y en temporadas altas), con acceso directo desde la ciudad de Maracaibo.	1,00	2,00	2,00							
4. Existencia/permanencia de una ruta de transporte público lacustre, municipal que conecta directamente Los Puertos de Altagracia con Maracaibo (capital del estado Zulia), lo que fortalece el desplazamiento de visitantes y el turismo.	1,00	2,00	2,00							
5. La tranquilidad que se percibe y la seguridad tanto ciudadana como de los bienes (siendo uno de los municipio más seguro del estado Zulia), influye positivamente en el desarrollo turístico	1,00	2,00	3,00							
Espacio para exponer sus razones si sus respuesta está fuera de los cuartiles extremos C1 y C3, favor indicar el número del planteamiento al cual hace referencia										

Parte III. Definir y valorar estrategias para poner en valor turístico el frente de agua y el casco histórico de Los Puertos de Altagracia.)

Objetivo:

Describir y valorar las posibles estrategias referidas a diferentes aspectos básicos para poner en valor turístico el frente de agua y el casco histórico de Los Puertos de Altagracia, capital del municipio Miranda.

(Puntuar a las afirmaciones entre **1** Totalmente de acuerdo a **7** Completamente en desacuerdo)

3. Indique el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones descritas como estrategias propuestas en cuanto a la planificación y gestión turística, oferta (recursos naturales culturales), demanda, facilidades turísticas entre otros de la ciudad de Los Puertos de Altagracia y municipio Miranda.

Escala de valoración

1	Totalmente de acuerdo	5	Parcialmente en desacuerdo
2	Bastante de acuerdo	6	Bastante en desacuerdo
3	Parcialmente de acuerdo	7	Completamente en desacuerdo
4	Neutral		

Fuente: Reyes, 2011 / Camacaro, 2010

Estrategias para el desarrollo del turismo sostenible en Los Puertos de Altagracia

a. Planificación y Gestión Turística	C1	C2 Mediana	C3	1	2	3	4	5	6	7
1. Fortalecer la gestión turística de la Alcaldía creando una unidad de gestión/coordiación con visión sistémica-integral que viabilice el rescate y aprovechamiento de los recursos naturales y culturales existentes para su puesta en valor.	1,00	1,00	2,00							
2. Elaborar una plataforma normativa y de planificación estratégica que promueva e incentiven la inversión privada, para lograr el desarrollo turístico sostenible.	1,00	1,00	1,00							
3. Estimular/promover la participación de actores y fuentes de financiamiento alternativos público-privadas y sociales, para proyectos de conservación y rescate de edificaciones arquitectónicas de carácter patrimonial, tanto pública como privada	1,00	1,00	1,00							
4. Implicar a los representantes políticos, técnico, sociales y empresariales en el diseño de un destino turístico, que tome en cuenta la gestión de los recursos naturales y culturales, aportándoles información directa sobre nuevas tendencias de mercado en materia de turismo cultural y recreativo	1,00	1,00	1,00							
5. Promover proyectos y asesoría técnica para el rescate/recuperación y acondicionamiento de edificaciones con valor patrimonial del casco histórico y frente de agua de Altagracia	1,00	1,00	1,00							
6. Crear alianzas con instituciones públicas, privadas y/o ciudadanas apoyadas en la educación para capacitar y concientizar a la población residente y los entes involucrados en la conservación y preservación de su patrimonio cultural	1,00	1,00	1,00							
7. Sensibilizar y concientizar a la población local y entes privados sobre la importancia del turismo como generador de riqueza en el municipio.	1,00	1,00	1,00							
8. Implantar un plan de mercadeo turístico que incluya campañas de concientización y de divulgación del valor del patrimonio cultural latente en Los Puertos de Altagracia que acerque la demanda a la oferta	1,00	1,00	1,00							
9. Activar planes de marketing para promover al Municipio Miranda y su capital Los Puertos de Altagracia como destino turístico	1,00	1,00	1,00							
10. Promover activamente iniciativas público - privado para el diseño de diferentes paquetes o circuitos turísticos, que integren los recursos naturales y culturales del municipio	1,00	1,00	1,00							
Espacio para exponer sus razones si sus respuesta está fuera de los cuartiles extremos C1 y C3, favor indicar el número del planteamiento al cual hace referencia										

b. Oferta (recursos naturales y culturales)	C1	C2 Mediana	C3	1	2	3	4	5	6	7
1. Optimizar el aprovechamiento del Lago de Maracaibo y costas al mar como potencial turístico, recreativo y deportivo	1,00	1,00	1,00							
2. Mejora ambiental de entornos turísticos	1,00	1,00	1,00							
3. Poner en valor recursos turísticos de interés naturales y culturales no aprovechados actualmente como la Ciénaga de los Olivitos con una visión sustentable y el casco histórico de Altagracia como una oferta integral al visitante	1,00	1,00	1,00							
4. Dinamizar el casco histórico de la ciudad, convirtiéndolo en un espacio vivo, con señalética patrimonial de calidad y de fácil acceso a los principales recursos turístico.	1,00	1,00	1,00							
5. Utilizar estratégicamente la participación de la comunidad local como elemento de interpretación del patrimonio cultural, a través de las costumbres y tradiciones de sus habitantes orgullosos de su pasado.	1,00	1,00	1,00							
Espacio para exponer sus razones si sus respuesta está fuera de los cuartiles extremos C1 y C3, favor indicar el número del planteamiento al cual hace referencia										

c. Demanda Turística	C1	C2 Mediana	C3	1	2	3	4	5	6	7
1. Aumentar el nivel de satisfacción de los visitantes que manifiestan regresar, mejorando la calidad de la oferta, llenando de nuevos contenidos sus espacios y aptándolos de las nuevas tendencias de la demanda	1,00	1,00	1,00							
2. Potenciar sinergias colaborativas y de cogestión entre los agentes implicados en el desarrollo de la actividad turística local, entre los empresarios, la comunidad y la Alcaldía, para potenciar la presencia de visitantes al municipio dada la alta demanda del producto gastronómico altamente valorado y de segmento sol y playa	1,00	1,00	1,00							
3. Apoyar nuevos segmentos de demanda emergentes como: (puntee según su criterio)										
a- Turismo religioso	1,00	1,00	1,00							
b- Turismo deportivo	1,00	1,00	2,00							
c- Turismo de esparcimiento	1,00	1,00	1,00							
d- Turismo cultural, patrimonial e histórico	1,00	1,00	1,00							
e- Turismo de eventos y ferias	1,00	1,00	1,00							
f- Turismo de naturaleza y observación de aves	1,00	1,00	1,00							
g- Agroturismo	1,00	1,00	2,00							
Espacio para exponer sus razones si sus respuesta está fuera de los cuartiles extremos C1 y C3, favor indicar el número del planteamiento al cual hace referencia										

d. Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos	C1	C2 Mediana	C3	1	2	3	4	5	6	7
1. Se requiere la construcción de hoteles categorizados y posadas turísticas, para dar impulso al desarrollo turístico y generar crecimiento – mejor calidad de vida en el destino.	1,00	1,00	1,00							
2. Promover alianzas estratégicas pluriactorales dirigidas a la promoción de proyectos que mejoren y amplíen la oferta de facilidades y equipamiento urbano que potencien las condiciones espaciales y de servicios del casco histórico y frente de agua.	1,00	1,00	1,00							
3. Crear una red de servicios básicos de atención al visitante (señalización, información turística) y localizar en los sitios estratégicos como museos y edificios patrimoniales,	1,00	1,00	1,00							
4. Propiciar convenios de formación e inducción hacia la actividad turística del capital humano tanto de los prestadores de servicios turísticos, los taxistas, guías turísticos, marinos, entre otros para mejorar la atención al cliente.	1,00	1,00	1,00							
Espacio para exponer sus razones si sus respuesta está fuera de los cuartiles extremos C1 y C3, favor indicar el número del planteamiento al cual hace referencia										

e. Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano	C1	C2 Mediana	C3	1	2	3	4	5	6	7
1. Promover el desarrollo y ejecución de proyectos para el acondicionamiento de la vialidad y señalización vial y turística del municipio	1,00	1,00	1,00							
2. Optimización la calidad de los servicios en el terminal lacustre para mejorar la accesibilidad directa con otros municipios del estado Zulia e Islas cercanas.	1,00	1,00	1,00							
3. Ampliación y acondicionamiento en las instalaciones del terminal de pasajeros de Los Puertos como punto receptor del transporte público terrestre y mejoras en la calidad del servicio prestado para el desarrollo del turismo	1,00	1,00	1,00							
4. Dotar de servicios públicos y equipamiento como mobiliario urbano adecuado, en las principales áreas de los espacios turísticos tanto naturales como culturales	1,00	1,00	1,00							
5. Mejorar la imagen urbana del casco histórico de Altagracia, con la sustitución del sistema de cableados externos e luminarias, colocando unos acorde al espacio urbanístico.	1,00	1,00	1,00							
6. Acondicionamiento de aceras para el peatón que faciliten la accesibilidad y ampliación de la colocación de adoquines en las calles para reforzar un ambiente histórico colonial.	1,00	1,00	1,00							
7. Instalar áreas de apoyo como servicios de aseo personal en las playas del municipio, adaptándolos a la demanda social y turística	1,00	1,00	1,00							
Espacio para exponer sus razones si sus respuesta está fuera de los cuartiles extremos C1 y C3, favor indicar el número del planteamiento al cual hace referencia										

Parte IV. Valoración de recursos y productos existentes en Los Puertos de Altagracia y Municipio Miranda agrupados en tres categorías: Sitios naturales, Edificaciones Patrimoniales y Manifestaciones culturales y religiosas

Objetivo:

Valoración de los recursos potenciales naturales y culturales para la puesta en valor turístico de la ciudad de Los Puertos de Altagracia capital del municipio Miranda.

4. Indique con una "X" cuál considera que es la valoración del potencial turístico de los recursos naturales y culturales de la ciudad de Los Puertos de Altagracia y municipio Miranda, según la siguiente escala:

Escala de valoración

1	No tiene potencial turístico
2	Potencial turístico muy bajo – para el nivel local
3	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)
4	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)
5	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)

Fuente: Camacaro 2010

Valoración de los recursos potenciales naturales y culturales

Potencial Turístico de los recursos naturales		C1	C2 Mediana	C3	1	2	3	4	5
Recursos naturales	Lago de Maracaibo	4,00	5,00	5,00					
	Clima	4,00	4,00	5,00					
	Área de Manglares (Buque)	4,00	4,00	5,00					
	Ciénaga Los Olivitos	5,00	5,00	5,00					
	Playas de Quisiro	3,00	4,00	5,00					
	Playa Punta Vigía	3,00	4,00	5,00					
Pueblo Jardín del Zulia (Consejo de Ciruma)									

Potencial Turístico de los recursos culturales tangibles		C1	C2 Mediana	C3	1	2	3	4	5
Recursos culturales tangibles	Iglesia "Nuestra Señora de Altagracia"	4,00	5,00	5,00					
	Plaza Bolívar	3,00	4,00	4,00					
	Plaza Miranda	3,00	4,00	5,00					
	Plaza Ana María Campos	3,00	4,00	4,00					
	Museo Centro Histórico de Altagracia	4,00	5,00	5,00					
	Museo del Hombre	3,00	4,00	5,00					
	Casa Museo Gabriel Bracho	4,00	5,00	5,00					
	Casa la Mansión de los Lobos"	3,00	4,00	4,00					
	Bulevar costanero Padilla	4,00	4,00	5,00					
	Sector urbano Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia	4,00	5,00	5,00					
Terminar de lanchas									
Casa de la Institución Mirandina									
Sede de la Alcaldía de Miranda									
Casa de balcones									
Espacio para exponer sus razones si sus respuesta está fuera de los cuartiles extremos C1 y C3, favor indicar el número del planteamiento al cual hace referencia									
1.									
2.									

Potencial Turístico de los recursos culturales intangibles		C1	C2 Mediana	C3	1	2	3	4	5
Manifestaciones populares y religiosas	Devoción a la Virgen de Altagracia	4,00	4,00	5,00					
	Fiestas en honor a San Benito	4,00	4,00	5,00					
	Paseo de la Virgen de Altagracia por el lago	4,00	4,00	5,00					
	La Vuelta al Terruño y Feria popular	4,00	4,00	5,00					
	Celebración de la Semana Santa	4,00	4,00	5,00					
	Vía Crucis viviente	3,00	4,00	4,00					
	Gastronomía tradicional a base de pescado, comida en coco. Variedad de dulces postres	4,00	5,00	5,00					
	Juegos jocosos sector El Calvario	3,00	4,00	4,00					
	Trato y hospitalidad de la gente	4,00	4,00	4,00					
	Modo de hablar del lugareño	3,00	4,00	4,00					
	Encuentro tradicional de decimistas	4,00	4,00	5,00					
	Encuentro regional de Chimbangles	4,00	4,00	5,00					
	Peleas de gallo	2,00	3,00	4,00					
	Historia y tradición oral								
Espacio para exponer sus razones si sus respuesta está fuera de los cuartiles extremos C1 y C3, favor indicar el número del planteamiento al cual hace referencia									
1.									
2.									

Parte V.

Objetivo:

Describir y valorar los enunciados propuestos por los expertos referidas a diferentes aspectos básicos para poner en valor turístico el frente de agua y el casco histórico de Los Puertos de Altagracia, capital del municipio Miranda..

(Puntuar a las afirmaciones entre 1 Totalmente de acuerdo a 7 Completamente en desacuerdo)

3. Indique el grado de acuerdo o desacuerdo con los siguientes planteamientos descritos, producto de la consulta a los expertos en cuanto a los espacios abierto denominados "otros" del cuestionario de la primera circulación. Evalúe en función de la importancia que pueda tener.

(Es de hacer notar que han sido tomados en cuenta los que no estaban presentes en el primer instrumento consultados).

Escala de valoración

1	Totalmente de acuerdo	5	Parcialmente en desacuerdo
2	Bastante de acuerdo	6	Bastante en desacuerdo
3	Parcialmente de acuerdo	7	Completamente en desacuerdo
4	Neutral		

Valoración enunciados propuestos por los expertos

4. Otras enunciados propuesto por los expertos después de la primera circulación	1	2	3	4	5	6	7
Desconocimiento de los valores patrimoniales y ambientales del Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia y su frente de agua							
Ausencia de Proyectos de Investigación en el área turística							
Universidades desvinculadas de la realidad Cultural del Municipio, para impulsar proyectos en estas áreas.							
Poca información hacia los entes privados y a la comunidad sobre la importancia del turismo como desarrollo económico y social de Los Puertos de Altagracia.							
Falta de diseño de una política que desarrolle planes de turismo macro que englobe los tres niveles de gobierno que cohesione los esfuerzos de manera que sea más aprovechable los recursos							
Inexistencia de un diagnóstico para evaluar los recursos naturales como recursos turísticos.							
No es una política del Municipio Miranda el desarrollo del turismo.							
No existe una infraestructura turística que impulse el desarrollo turístico.							
Se requiere mucha inversión para el desarrollo del turismo local dada la insuficiencia de servicios y alojamiento y baja calidad en la vialidad.							
Sin Promoción de valores para fortalecer procesos de identidad en los habitantes de cada parroquia.							
Pobladores y propietarios no tienen conciencia sobre la importancia de conservar las viviendas con su arquitectura original y del valor que estas representan al casco histórico.							
Ausencia de ofertas de planes de crédito por parte del municipio a los propietarios de las viviendas calificadas con valor histórico en el casco central a los fines de la conservación de las características arquitectónicas originales de manera adecuada.							
Ausencia de políticas de comunicación e Información y plataformas tecnológicas Municipal (Redes Internet), para promoción de valores culturales y turísticos							
El transporte público lacustre presenta fallas en su funcionamiento y no es utilizado adecuadamente para favorecer la actividad turística							
Promover en las comunidades campañas de concienciación sobre la importancia del turismo para el municipio como fuente de empleo y desarrollo local.							
Escasas instituciones de formación en las artes, y falta de liderazgo cultural en el Municipio.							
Falta de orientación de las empresas de servicio turístico locales para dirigir efectivamente sus inversiones (restaurantes, posadas, etc.)							

3. Apoyar nuevos segmentos de demanda emergentes como: (puntee según su criterio)	1	2	3	4	5	6	7
h- Turismo de aventura							
i- Turismo industrial							
j- Turismo de montaña							
k- Ecoturismo							
Los proyectos e innovaciones presentados ante el observatorio Nacional de Ciencia y Tecnología (con financiamiento de los entes públicos (Lotcti) deben incluir el sector turístico.							
Los proyectos e instalaciones turísticas deben ser manejados y administrados por el sector privado y la comunidad.							
Se requiere una ordenanza de turismo en concordancia con el plan de la nación puede contribuir al desarrollo del turismo local.							
Promover eventos artísticos fines de semanas para atraer turistas aprovechando las aptitudes y potencialidades locales en las artes							
Construcción de cabañas apropiadas donde pernotar los visitantes en las playas.							
Presencia microempresas de comida rápida con oferta de variedad de platos, algunos propios de la zona (arepas tumbarrancho, pollo rostizado, carne y pollo en brasa.							
Facilidad de acceso por distintos lugares por vía lacustre a diferentes Municipios.							
Montañas serranías, ríos y quebradas que pueden ser promovidos turísticamente							
Alianzas estratégicas internacionales							
Alianzas con pescadores y chalaneros organizados como medio de transporte para los visitantes.							
Promover proyectos y asesorías técnicas para el rescate y acondicionamiento de los recursos naturales con fines turísticos.							
Educar y sensibilizar al estudiantado desde la educación básica sobre la apropiación del patrimonio natural-cultural y la importancia del turismo para el Municipio.							
Incentivar a los consejos comunales para desarrollar proyectos turísticos adecuados a las potencialidades de las comunidades dados los ingresos que manejan.							
Establecer alianzas con Municipios aledaño para promover atractivos turísticos en conjunto (Ej. Zapara, Olivitos), ampliando vías de acceso al mercado lacustre.							
Asignación presupuestaria local por año fiscal para el rescate del patrimonio cultural y promoción del turismo.							
Establecer redes estratégicas para guías y promotores turísticos en todas las parroquias del municipio con apoyo de Centros e instituciones y/o fundaciones de formación de talentos							
Promover imagen del Municipio y sus potencialidades que permitan captar preferencias hacia el destino como "EXPOMIRANDA"							
Continuar la participación del Municipio en la Feria Internacional del Turismo en Caracas Venezuela.							
Impulsando acciones colectivas vinculantes entre programas del Gobierno Regional y las políticas municipales.							
Fortalecer los museos (mejor calidad de infraestructura y servicios)							
Visitas guiadas por todo el municipio donde el visitante pueda observar los paisajes naturales del Municipio (playas, desiertos, sabanas, montañas, ríos), casco histórico y el lago.							
Promoción permanente de productos artesanales (exposiciones, ferias, concursos, etc.)							
Promover horarios flexibles de Estaciones de reabastecimiento y servicio vehicular (talleres, caucheras, grúas entre otros) (Lorena)							
Mejorar la imagen urbana del casco histórico de Atagracia, con arborización del espacio, rehabilitación de las edificaciones, fachadas.							
Ofrecer servicio de transporte en horarios no cubiertos después de la 6 pm, en el terminal de pasajeros							
Promover creación de microempresas en las viviendas del frente de agua (Boulevard), para ofrecer servicios de comida, dulces, artesanía, entre otros, contribuyendo a mejorar los atractivos.							

Muchas gracias por sus aportes...

Anexo XV. Resultado de la Percepción de los Expertos acerca de las potencialidades y estrategias para la puesta en valor de Los Puertos de Atagracia. dirigida a los Expertos. 1era y 2da Circulación

PARTE I. Pronostico Situacional (Debilidades y Amenazas)

Lista 10. Planificación y Gestión Turística

Los Puertos de Atagracia y el municipio Miranda adolecen de una planificación de desarrollo turístico integral para la zona				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	16	64,0	64,0	64,0
Bastante de acuerdo	5	20,0	20,0	84,0
Parcialmente de acuerdo	2	8,0	8,0	92,0
Completamente en desacuerdo	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Actualmente el turismo es una actividad de poca trascendencia económica en el municipio.				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	13	52,0	52,0	52,0
Bastante de acuerdo	7	28,0	28,0	80,0
Parcialmente de acuerdo	1	4,0	4,0	84,0
Parcialmente en desacuerdo	1	4,0	4,0	88,0
Bastante en desacuerdo	1	4,0	4,0	92,0
Completamente en desacuerdo	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

La asignación de recursos económicos para los organismos de gestión turística pública local y estatal es insuficiente				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	16	64,0	64,0	64,0
Bastante de acuerdo	5	20,0	20,0	84,0
Parcialmente de acuerdo	1	4,0	4,0	88,0
Neutral	1	4,0	4,0	92,0
Parcialmente en desacuerdo	1	4,0	4,0	96,0
Completamente en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Falta voluntad política por los distintos niveles de gobierno para llevar adelante el desarrollo del turismo en el Municipio				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	20	80,0	80,0	80,0
Bastante de acuerdo	2	8,0	8,0	88,0
Parcialmente de acuerdo	1	4,0	4,0	92,0
Neutral	1	4,0	4,0	96,0
Bastante en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Inexistencia de un ente coordinador que viabilice el rescate y aprovechamiento de los recursos naturales y culturales existentes para poner en valor turístico el casco fundacional				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	9	36,0	36,0	36,0
Bastante de acuerdo	11	44,0	44,0	80,0
Parcialmente de acuerdo	3	12,0	12,0	92,0
Completamente en desacuerdo	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

La falta de continuidad administrativa, dificulta la efectiva concreción de planes y proyectos turísticos y urbanísticos.				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	13	52,0	52,0	52,0
Bastante de acuerdo	7	28,0	28,0	80,0
Parcialmente de acuerdo	3	12,0	12,0	92,0
Neutral	1	4,0	4,0	96,0
Parcialmente en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

El sector privado tiene poca confianza y no invierte ó invierte poco en turismo				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	17	68,0	68,0	68,0
Bastante de acuerdo	2	8,0	8,0	76,0
Parcialmente de acuerdo	2	8,0	8,0	84,0
Neutral	2	8,0	8,0	92,0
Parcialmente en desacuerdo	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Pocos estímulos a la comunidad organizada y de parte de los entes competentes para impulsar microempresas de servicios turístico; y participación en los procesos de gestión				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	12	48,0	48,0	48,0
Bastante de acuerdo	6	24,0	24,0	72,0
Parcialmente de acuerdo	3	12,0	12,0	84,0
Neutral	2	8,0	8,0	92,0
Parcialmente en desacuerdo	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Limitado/deficiente desarrollo de proyectos turísticos relacionados con la declaratoria como "Sitio de Valor Histórico Nacional", para la preservación del Casco Histórico Patrimonial de Altagracia (G. oficial N° 32,201: 2-04-1981)

	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	17	68,0	68,0	68,0
Bastante de acuerdo	4	16,0	16,0	84,0
Parcialmente de acuerdo	2	8,0	8,0	92,0
Completamente en desacuerdo	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

La exclusión del frente de agua dentro del perímetro de la declaratoria patrimonial del Casco Histórico de Altagracia afecta negativamente el desarrollo del turismo en la zona

	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	17	68,0	68,0	68,0
Bastante de acuerdo	3	12,0	12,0	80,0
Parcialmente de acuerdo	2	8,0	8,0	88,0
Parcialmente en desacuerdo	2	8,0	8,0	96,0
Bastante en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Falta interés por la actual administración de la Alcaldía Bolivariana para aplicar el Plan de Ordenamiento Urbano de Altagracia (PDUL, 1996) que regula el control

	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	15	60,0	60,0	60,0
Bastante de acuerdo	3	12,0	12,0	72,0
Parcialmente de acuerdo	4	16,0	16,0	88,0
Neutral	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Hace falta una cultura ciudadana que valore la actividad turística y la importancia de la concienciación sobre el potencial turístico del destino.

	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	15	60,0	60,0	60,0
Bastante de acuerdo	8	32,0	32,0	92,0
Parcialmente de acuerdo	1	4,0	4,0	96,0
Parcialmente en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Necesidad de motivar la participación de actores del sector privado en la planificación y procesos de gestión turística.

	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	21	84,0	84,0	84,0
Bastante de acuerdo	4	16,0	16,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Planificación y Gestión Turística

	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	12	48,0	48,0	48,0
Bastante de acuerdo	9	36,0	36,0	84,0
Parcialmente de acuerdo	3	12,0	12,0	96,0
Neutral	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Descriptives	Statistic		Std. Error	
	Mean			
Los Puertos de Altagracia y el municipio Miranda adolece de una planificación de desarrollo turístico integral para la zona	Mean	1,84	,335	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,15	
		Upper Bound	2,53	
	5% Trimmed Mean	1,60		
	Median	1,00		
	Variance	2,807		
	Std. Deviation	1,675		
	Minimum	1		
	Maximum	7		
	Range	6		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	2,586	,464	
	Kurtosis	6,298	,902	

Descriptives	Statistic		Std. Error	
	Mean			
Actualmente el turismo es una actividad de poca trascendencia económica en el municipio.	Mean	2,20	,383	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,41	
		Upper Bound	2,99	
	5% Trimmed Mean	2,00		
	Median	1,00		
	Variance	3,667		
	Std. Deviation	1,915		
	Minimum	1		
	Maximum	7		
	Range	6		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	1,780	,464	
	Kurtosis	1,996	,902	

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Descriptives		Statistic	Std. Error	
La asignación de recursos económicos para los organismos de gestión turística pública local y estatal es insuficiente	Mean	1,80	,300	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,18	
		Upper Bound	2,42	
	5% Trimmed Mean	1,58		
	Median	1,00		
	Variance	2,250		
	Std. Deviation	1,500		
	Minimum	1		
	Maximum	7		
	Range	6		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	2,383	,464	
	Kurtosis	5,763	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Falta voluntad política por los distintos niveles de gobierno para llevar adelante el desarrollo del turismo en el Municipio	Mean	1,48	,239	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,99	
		Upper Bound	1,97	
	5% Trimmed Mean	1,28		
	Median	1,00		
	Variance	1,427		
	Std. Deviation	1,194		
	Minimum	1		
	Maximum	6		
	Range	5		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	2,922	,464	
	Kurtosis	8,794	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Inexistencia de un ente coordinador que viabilice el rescate y aprovechamiento de los recursos naturales y culturales existentes para poner en valor turístico el casco fundacional	Mean	2,16	,320	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,50	
		Upper Bound	2,82	
	5% Trimmed Mean	1,96		
	Median	2,00		
	Variance	2,557		
	Std. Deviation	1,599		
	Minimum	1		
	Maximum	7		
	Range	6		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	2,376	,464	
	Kurtosis	5,718	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
La falta de continuidad administrativa, dificulta la efectiva concreción de planes y proyectos turísticos y urbanísticos.	Mean	1,80	,216	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,35	
		Upper Bound	2,25	
	5% Trimmed Mean	1,68		
	Median	1,00		
	Variance	1,167		
	Std. Deviation	1,080		
	Minimum	1		
	Maximum	5		
	Range	4		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	1,509	,464	
	Kurtosis	2,084	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
El sector privado tiene poca confianza y no invierte ó invierte poco en turismo	Mean	1,80	,271	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,24	
		Upper Bound	2,36	
	5% Trimmed Mean	1,67		
	Median	1,00		
	Variance	1,833		
	Std. Deviation	1,354		
	Minimum	1		
	Maximum	5		
	Range	4		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	1,489	,464	
	Kurtosis	,848	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Pocos estímulos a la comunidad organizada y de parte de los entes competentes para impulsar microempresas de servicios turístico; y participación en los procesos de gestión	Mean	2,04	,261	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,50	
		Upper Bound	2,58	
	5% Trimmed Mean	1,93		
	Median	2,00		
	Variance	1,707		
	Std. Deviation	1,306		
	Minimum	1		
	Maximum	5		
	Range	4		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	1,139	,464	
	Kurtosis	,253	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Limitado/deficiente desarrollo de proyectos turísticos relacionados con la declaratoria como "Sitio de Valor Histórico Nacional", para la preservación del Casco Histórico Patrimonial de Altagracia (G. oficial N° 32,201: 2-04-1981)	Mean	1,80	,337	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,11	
		Upper Bound	2,49	
	5% Trimmed Mean	1,56		
	Median	1,00		
	Variance	2,833		
	Std. Deviation	1,683		
	Minimum	1		
	Maximum	7		
	Range	6		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	2,621	,464	
	Kurtosis	6,409	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
La exclusión del frente de agua dentro del perímetro de la declaratoria patrimonial del Casco Histórico de Altagracia afecta negativamente el desarrollo del turismo en la zona	Mean	1,80	,294	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,19	
		Upper Bound	2,41	
	5% Trimmed Mean	1,62		
	Median	1,00		
	Variance	2,167		
	Std. Deviation	1,472		
	Minimum	1		
	Maximum	6		
	Range	5		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	1,909	,464	
	Kurtosis	2,651	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Falta interés por la actual administración de la Alcaldía Bolivariana para aplicar el Plan de Ordenamiento Urbano de Altagracia (PDUL, 1996) que regula el control	Mean	1,80	,224	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,34	
		Upper Bound	2,26	
	5% Trimmed Mean	1,72		
	Median	1,00		
	Variance	1,250		
	Std. Deviation	1,118		
	Minimum	1		
	Maximum	4		
	Range	3		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	1,011	,464	
	Kurtosis	-,513	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Hace falta una cultura ciudadana que valore la actividad turística y la importancia de la concienciación sobre el potencial turístico del destino.	Mean	1,56	,183	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,18	
		Upper Bound	1,94	
	5% Trimmed Mean	1,42		
	Median	1,00		
	Variance	,840		
	Std. Deviation	,917		
	Minimum	1		
	Maximum	5		
	Range	4		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	2,456	,464	
	Kurtosis	7,668	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Necesidad de motivar la participación de actores del sector privado en la planificación y procesos de gestión turística.	Mean	1,16	,075	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,01	
		Upper Bound	1,31	
	5% Trimmed Mean	1,12		
	Median	1,00		
	Variance	,140		
	Std. Deviation	,374		
	Minimum	1		
	Maximum	2		
	Range	1		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	1,975	,464	
	Kurtosis	2,061	,902	

Lista 11. Oferta (recursos naturales y culturales)

Problemas de impacto ambiental por contaminación del Lago de Maracaibo, limitan la presencia de turistas en la zona				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	11	44,0	44,0	44,0
Bastante de acuerdo	4	16,0	16,0	60,0
Parcialmente de acuerdo	5	20,0	20,0	80,0
Parcialmente en desacuerdo	3	12,0	12,0	92,0
Bastante en desacuerdo	1	4,0	4,0	96,0
Completamente en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

La conservación de las viviendas residenciales del Casco Histórico pasa por el nivel de concientización de sus habitantes y propietarios acerca del valor que poseen.				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	10	40,0	40,0	40,0
Bastante de acuerdo	9	36,0	36,0	76,0
Parcialmente de acuerdo	3	12,0	12,0	88,0
Neutral	1	4,0	4,0	92,0
Parcialmente en desacuerdo	1	4,0	4,0	96,0
Completamente en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

El deterioro y en algunos casos abandono por parte de los habitantes/propietarios de las edificaciones residenciales patrimoniales, es consecuencia de los altos costos para su mantenimiento				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	11	44,0	44,0	44,0
Bastante de acuerdo	7	28,0	28,0	72,0
Parcialmente de acuerdo	5	20,0	20,0	92,0
Parcialmente en desacuerdo	1	4,0	4,0	96,0
Bastante en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

La presencia de estudiantes de otros estados y municipios, sumados a la crisis económica es un factor de presión para que los dueños de viviendas con valor histórico, alteren física y espacialmente las mismas al convertirlas en residencias estudiantiles.				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	6	24,0	24,0	24,0
Bastante de acuerdo	6	24,0	24,0	48,0
Parcialmente de acuerdo	5	20,0	20,0	68,0
Neutral	3	12,0	12,0	80,0
Parcialmente en desacuerdo	1	4,0	4,0	84,0
Bastante en desacuerdo	3	12,0	12,0	96,0
Completamente en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

En Altagracia los horarios de apertura de los recursos turísticos (museos, iglesia, entre otros) son inadecuados para los visitantes				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	9	36,0	36,0	36,0
Bastante de acuerdo	7	28,0	28,0	64,0
Parcialmente de acuerdo	4	16,0	16,0	80,0
Neutral	4	16,0	16,0	96,0
Bastante en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Existe poca diversidad de artesanía y falta de promoción a la existente				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	15	60,0	60,0	60,0
Bastante de acuerdo	6	24,0	24,0	84,0
Parcialmente de acuerdo	2	8,0	8,0	92,0
Neutral	1	4,0	4,0	96,0
Completamente en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Tímida promoción de los actores sociales y turísticos en forma coordinada para la revalorización de recursos culturales como son los acontecimientos programados anuales propios de su cultura				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	12	48,0	50,0	50,0
Bastante de acuerdo	9	36,0	37,5	87,5
Parcialmente de acuerdo	2	8,0	8,3	95,8
Bastante en desacuerdo	1	4,0	4,2	100,0
Total	24	96,0	100,0	
Missing System	1	4,0		
Total	25	100,0		

Oferta (recursos naturales y culturales)				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	6	24,0	24,0	24,0
Bastante de acuerdo	11	44,0	44,0	68,0
Parcialmente de acuerdo	6	24,0	24,0	92,0
Neutral	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Problemas de impacto ambiental por contaminación del Lago de Maracaibo, limitan la presencia de turistas en la zona	Mean	2,54	,371	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,77	
		Upper Bound	3,31	
	5% Trimmed Mean	2,39		
	Median	2,00		
	Variance	3,303		
	Std. Deviation	1,817		
	Minimum	1		
	Maximum	7		
	Range	6		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	1,089	,472	
	Kurtosis	,213	,918	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
La conservación de las viviendas residenciales del Casco Histórico pasa por el nivel de concientización de sus habitantes y propietarios acerca del valor que poseen.	Mean	2,17	,299	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,55	
		Upper Bound	2,79	
	5% Trimmed Mean	1,98		
	Median	2,00		
	Variance	2,145		
	Std. Deviation	1,465		
	Minimum	1		
	Maximum	7		
	Range	6		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	1,951	,472	
	Kurtosis	4,415	,918	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
El deterioro y en algunos casos abandono por parte de los habitantes/propietarios de las edificaciones residenciales patrimoniales, es consecuencia de los altos costos para su mantenimiento	Mean	2,08	,269	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,53	
		Upper Bound	2,64	
	5% Trimmed Mean	1,94		
	Median	2,00		
	Variance	1,732		
	Std. Deviation	1,316		
	Minimum	1		
	Maximum	6		
	Range	5		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	1,582	,472	
	Kurtosis	2,683	,918	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
La presencia de estudiantes de otros estados y municipios, sumados a la crisis económica es un factor de presión para que los dueños de viviendas con valor histórico, alteren física y espacialmente las mismas al convertirlas en residencias estudiantiles.	Mean	3,08	,371	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	2,32	
		Upper Bound	3,85	
	5% Trimmed Mean	2,99		
	Median	3,00		
	Variance	3,297		
	Std. Deviation	1,816		
	Minimum	1		
	Maximum	7		
	Range	6		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	,721	,472	
	Kurtosis	-,472	,918	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
En Altagracia los horarios de apertura de los recursos turísticos (museos, iglesia, entre otros) son inadecuados para los visitantes	Mean	2,33	,274	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,77	
		Upper Bound	2,90	
	5% Trimmed Mean	2,22		
	Median	2,00		
	Variance	1,797		
	Std. Deviation	1,341		
	Minimum	1		
	Maximum	6		
	Range	5		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	,980	,472	
	Kurtosis	,722	,918	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Existe poca diversidad de artesanía y falta de promoción a la existente	Mean	1,75	,284	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,16	
		Upper Bound	2,34	
	5% Trimmed Mean	1,53		
	Median	1,00		
	Variance	1,935		
	Std. Deviation	1,391		
	Minimum	1		
	Maximum	7		
	Range	6		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	2,710	,472	
	Kurtosis	8,556	,918	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Tímida promoción de los actores sociales y turísticos en forma coordinada para la revalorización de recursos culturales como son los acontecimientos programados anuales propios de su cultura	Mean	1,75	,227	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,28	
		Upper Bound	2,22	
	5% Trimmed Mean	1,58		
	Median	1,50		
	Variance	1,239		
	Std. Deviation	1,113		
	Minimum	1		
	Maximum	6		
	Range	5		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	2,605	,472	
	Kurtosis	8,883	,918	

Lista 12. Demanda Turística

Porcentaje de turistas extranjeros que visitan el Estado Zulia es muy bajo en relación a otros destinos de Venezuela				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	11	44,0	44,0	44,0
Bastante de acuerdo	6	24,0	24,0	68,0
Parcialmente de acuerdo	5	20,0	20,0	88,0
Neutral	1	4,0	4,0	92,0
Bastante en desacuerdo	1	4,0	4,0	96,0
Completamente en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Por su cercanía al estado Falcón existe competencia y pérdida potencial del mercado turístico en el renglón sol y playa.				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	12	48,0	48,0	48,0
Bastante de acuerdo	6	24,0	24,0	72,0
Parcialmente de acuerdo	2	8,0	8,0	80,0
Neutral	1	4,0	4,0	84,0
Parcialmente en desacuerdo	2	8,0	8,0	92,0
Bastante en desacuerdo	1	4,0	4,0	96,0
Completamente en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Es poco exigente la demanda de visitante como turismo interno al provenir de otros municipios del Estado Zulia y del resto del país				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	9	36,0	36,0	36,0
Bastante de acuerdo	5	20,0	20,0	56,0
Parcialmente de acuerdo	8	32,0	32,0	88,0
Neutral	1	4,0	4,0	92,0
Bastante en desacuerdo	1	4,0	4,0	96,0
Completamente en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Se puede producir rechazo hacia la actividad turística en los residentes del casco histórico, al superarse la capacidad de carga vehicular y la contaminación acústica durante la realización de eventos como ferias populares entre otras.				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	4	16,0	16,0	16,0
Bastante de acuerdo	6	24,0	24,0	40,0
Parcialmente de acuerdo	5	20,0	20,0	60,0
Neutral	2	8,0	8,0	68,0
Parcialmente en desacuerdo	4	16,0	16,0	84,0
Bastante en desacuerdo	4	16,0	16,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Inexistencia de campañas de promoción turística hacia la localidad				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	14	56,0	56,0	56,0
Bastante de acuerdo	7	28,0	28,0	84,0
Parcialmente de acuerdo	2	8,0	8,0	92,0
Neutral	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Demanda Turística				
	Fr	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	6	24,0	24,0	24,0
Bastante de acuerdo	11	44,0	44,0	68,0
Parcialmente de acuerdo	5	20,0	20,0	88,0
Neutral	1	4,0	4,0	92,0
Parcialmente en desacuerdo	1	4,0	4,0	96,0
Bastante en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Porcentaje de turistas extranjeros que visitan el Estado Zulia es muy bajo en relación a otros destinos de Venezuela	Mean	2,20	,316	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,55	
		Upper Bound	2,85	
	5% Trimmed Mean	2,01		
	Median	2,00		
	Variance	2,500		
	Std. Deviation	1,581		
	Minimum	1		
	Maximum	7		
	Range	6		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	1,774	,464	
	Kurtosis	3,220	,902	
	Descriptives		Statistic	Std. Error
	Por su cercanía al estado Falcón existe competencia y pérdida potencial del mercado turístico en el renglón sol y playa.	Mean	2,28	,354
95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	1,55	
		Upper Bound	3,01	
5% Trimmed Mean		2,10		
Median		2,00		
Variance		3,127		
Std. Deviation		1,768		
Minimum		1		
Maximum		7		
Range		6		
Interquartile Range		2		
Skewness		1,453	,464	
Kurtosis		1,178	,902	
Descriptives		Statistic	Std. Error	
Es poco exigente la demanda de visitante como turismo interno al provenir de otros municipios del Estado Zulia y del resto del país		Mean	2,40	,311
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,76	
		Upper Bound	3,04	
	5% Trimmed Mean	2,23		
	Median	2,00		
	Variance	2,417		
	Std. Deviation	1,555		
	Minimum	1		
	Maximum	7		
	Range	6		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	1,504	,464	
	Kurtosis	2,615	,902	
	Descriptives		Statistic	Std. Error
	Se puede producir rechazo hacia la actividad turística en los residentes del casco histórico, al superarse la capacidad de carga vehicular y la contaminación acústica durante la realización de eventos como ferias populares entre otras.	Mean	3,32	,350
95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	2,60	
		Upper Bound	4,04	
5% Trimmed Mean		3,30		
Median		3,00		
Variance		3,060		
Std. Deviation		1,749		
Minimum		1		
Maximum		6		
Range		5		
Interquartile Range		3		
Skewness		,276	,464	
Kurtosis		-1,284	,902	
Descriptives		Statistic	Std. Error	
Inexistencia de campañas de promoción turística hacia la localidad		Mean	1,68	,189
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,29	
		Upper Bound	2,07	
	5% Trimmed Mean	1,59		
	Median	1,00		
	Variance	,893		
	Std. Deviation	,945		
	Minimum	1		
	Maximum	4		
	Range	3		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	1,363	,464	
	Kurtosis	1,084	,902	

Lista 13. Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos

No existen hoteles categorizados que apoyen la actividad turística					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	21	84,0	84,0	84,0
	Bastante de acuerdo	4	16,0	16,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

La cercanía con otras ciudades importantes como Maracaibo es una amenaza que desincentiva el desarrollar la infraestructura hotelera en el municipio Miranda					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	10	40,0	40,0	40,0
	Bastante de acuerdo	5	20,0	20,0	60,0
	Parcialmente de acuerdo	4	16,0	16,0	76,0
	Parcialmente en desacuerdo	3	12,0	12,0	88,0
	Bastante en desacuerdo	1	4,0	4,0	92,0
	Completamente en desacuerdo	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0		

La inexistencia de empresas registradas de servicio turístico dentro del Municipio, afecta negativamente el desarrollo del turismo en la zona.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	17	68,0	68,0	68,0
	Bastante de acuerdo	5	20,0	20,0	88,0
	Parcialmente de acuerdo	3	12,0	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Imagen débil/inexistente obstaculiza el marketing turístico municipal por falta de equipamiento y señalización en los lugares de interés turístico natural y urbano					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	19	76,0	76,0	76,0
	Bastante de acuerdo	4	16,0	16,0	92,0
	Parcialmente de acuerdo	2	8,0	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

La inexistencia de empresas dedicadas al transporte turístico vehicular, así como paradores viales incide negativamente en el desarrollo de la actividad turística.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	15	60,0	60,0	60,0
	Bastante de acuerdo	6	24,0	24,0	84,0
	Parcialmente de acuerdo	3	12,0	12,0	96,0
	Parcialmente en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Insuficiencia en servicios financieros como bancos y cajeros automáticos					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	16	64,0	64,0	64,0
	Bastante de acuerdo	6	24,0	24,0	88,0
	Parcialmente de acuerdo	2	8,0	8,0	96,0
	Neutral	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Ausencia de módulos de información turística permanentes para promover la actividad turística					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	16	64,0	64,0	64,0
	Bastante de acuerdo	7	28,0	28,0	92,0
	Parcialmente de acuerdo	2	8,0	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Inexistencia de equipamiento en las playas como zona de servicios permanente de apoyo al turística					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	17	68,0	68,0	68,0
	Bastante de acuerdo	6	24,0	24,0	92,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	4,0	96,0
	Neutral	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Ausencia de facilidades turística (información turística, alimentos y bebidas, entre otras) dentro de las edificaciones históricas y culturales, afectar la actividad turística					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	12	48,0	48,0	48,0
	Bastante de acuerdo	6	24,0	24,0	72,0
	Parcialmente de acuerdo	4	16,0	16,0	88,0
	Neutral	1	4,0	4,0	92,0
	Parcialmente en desacuerdo	1	4,0	4,0	96,0
	Bastante en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	15	60,0	60,0	60,0
	Bastante de acuerdo	8	32,0	32,0	92,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	4,0	96,0
	Neutral	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Descriptives			Statistic	Std. Error
Demanda Turística	Mean		2,32	,250
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,80	
		Upper Bound	2,84	
	5% Trimmed Mean		2,20	
	Median		2,00	
	Variance		1,560	
	Std. Deviation		1,249	
	Minimum		1	
	Maximum		6	
	Range		5	
	Interquartile Range		2	
	Skewness		1,423	,464
	Kurtosis		2,355	,902
	Descriptives			Statistic
No existen hoteles categorizados que apoyen la actividad turística	Mean		1,16	,075
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,01	
		Upper Bound	1,31	
	5% Trimmed Mean		1,12	
	Median		1,00	
	Variance		,140	
	Std. Deviation		,374	
	Minimum		1	
	Maximum		2	
	Range		1	
	Interquartile Range		0	
	Skewness		1,975	,464
	Kurtosis		2,061	,902
	Descriptives			Statistic
La cercanía con otras ciudades importantes como Maracaibo es una amenaza que desincentiva el desarrollar la infraestructura hotelera en el municipio Miranda	Mean		2,68	,399
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,86	
		Upper Bound	3,50	
	5% Trimmed Mean		2,53	
	Median		2,00	
	Variance		3,977	
	Std. Deviation		1,994	
	Minimum		1	
	Maximum		7	
	Range		6	
	Interquartile Range		3	
	Skewness		1,065	,464
	Kurtosis		-,079	,902
	Descriptives			Statistic
La inexistencia de empresas registradas de servicio turístico dentro del Municipio, afecta negativamente el desarrollo del turismo en la zona.	Mean		1,44	,142
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,15	
		Upper Bound	1,73	
	5% Trimmed Mean		1,38	
	Median		1,00	
	Variance		,507	
	Std. Deviation		,712	
	Minimum		1	
	Maximum		3	
	Range		2	
	Interquartile Range		1	
	Skewness		1,359	,464
	Kurtosis		,525	,902
	Descriptives			Statistic
Imagen débil/inexistente obstaculiza el marketing turístico municipal por falta de equipamiento y señalización en los lugares de interés turístico natural y urbano	Mean		1,32	,125
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,06	
		Upper Bound	1,58	
	5% Trimmed Mean		1,24	
	Median		1,00	
	Variance		,393	
	Std. Deviation		,627	
	Minimum		1	
	Maximum		3	
	Range		2	
	Interquartile Range		0	
	Skewness		1,858	,464
	Kurtosis		2,462	,902

Descriptives		Statistic	Std. Error	
La inexistencia de empresas dedicadas al transporte turístico vehicular, así como paradores viales incide negativamente en el desarrollo de la actividad turística.	Mean	1,64	,199	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,23	
		Upper Bound	2,05	
	5% Trimmed Mean	1,51		
	Median	1,00		
	Variance	,990		
	Std. Deviation	,995		
	Minimum	1		
	Maximum	5		
	Range	4		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	1,923	,464	
	Kurtosis	4,249	,902	
	Descriptives		Statistic	Std. Error
Insuficiencia en servicios financieros como bancos y cajeros automáticos	Mean	1,52	,165	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,18	
		Upper Bound	1,86	
	5% Trimmed Mean	1,42		
	Median	1,00		
	Variance	,677		
	Std. Deviation	,823		
	Minimum	1		
	Maximum	4		
	Range	3		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	1,640	,464	
	Kurtosis	2,303	,902	
	Descriptives		Statistic	Std. Error
Ausencia de módulos de información turística permanentes para promover la actividad turística	Mean	1,44	,130	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,17	
		Upper Bound	1,71	
	5% Trimmed Mean	1,38		
	Median	1,00		
	Variance	,423		
	Std. Deviation	,651		
	Minimum	1		
	Maximum	3		
	Range	2		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	1,227	,464	
	Kurtosis	,507	,902	
	Descriptives		Statistic	Std. Error
Inexistencia de equipamiento en las playas como zona de servicios permanente de apoyo al turística	Mean	1,44	,154	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,12	
		Upper Bound	1,76	
	5% Trimmed Mean	1,33		
	Median	1,00		
	Variance	,590		
	Std. Deviation	,768		
	Minimum	1		
	Maximum	4		
	Range	3		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	2,017	,464	
	Kurtosis	4,288	,902	
	Descriptives		Statistic	Std. Error
Ausencia de facilidades turística (información turística, alimentos y bebidas, entre otras) dentro de las edificaciones históricas y culturales, afectar la actividad turística	Mean	2,04	,274	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,48	
		Upper Bound	2,60	
	5% Trimmed Mean	1,89		
	Median	2,00		
	Variance	1,873		
	Std. Deviation	1,369		
	Minimum	1		
	Maximum	6		
	Range	5		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	1,512	,464	
	Kurtosis	1,997	,902	

Lista 14. Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano.

El mal estado de las vías de acceso principal al Municipio, así como una adecuada señalización, demarcación y alumbrado limitan el desarrollo del turismo

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	19	76,0	76,0	76,0
Bastante de acuerdo	2	8,0	8,0	84,0
Valid Parcialmente de acuerdo	3	12,0	12,0	96,0
Parcialmente en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Déficits de servicios básicos de infraestructura referidos a electricidad, agua, afecta/desincentivan la inversión y el desarrollo del turismo.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	16	64,0	64,0	64,0
Bastante de acuerdo	4	16,0	16,0	80,0
Valid Parcialmente de acuerdo	4	16,0	16,0	96,0
Neutral	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Los sitios turísticos no cuentan con transporte, servicios y mobiliario urbano adecuado: bancos, cestos de basura, seguridad permanente entre otros.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	18	72,0	72,0	72,0
Bastante de acuerdo	5	20,0	20,0	92,0
Valid Parcialmente de acuerdo	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urban

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	17	68,0	68,0	68,0
Bastante de acuerdo	4	16,0	16,0	84,0
Valid Parcialmente de acuerdo	4	16,0	16,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Descriptives	Statistic	Std. Error
Mean	1,48	,201
95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound: 1,07 Upper Bound: 1,89	
5% Trimmed Mean	1,33	
Median	1,00	
Variance	1,010	
Std. Deviation	1,005	
Minimum	1	
Maximum	5	
Range	4	
Interquartile Range	0	
Skewness	2,335	,464
Kurtosis	5,541	,902

El mal estado de las vías de acceso principal al Municipio, así como una adecuada señalización, demarcación y alumbrado limitan el desarrollo del turismo

Descriptives	Statistic	Std. Error
Mean	1,60	,183
95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound: 1,22 Upper Bound: 1,98	
5% Trimmed Mean	1,51	
Median	1,00	
Variance	,833	
Std. Deviation	,913	
Minimum	1	
Maximum	4	
Range	3	
Interquartile Range	1	
Skewness	1,286	,464
Kurtosis	,494	,902

Déficits de servicios básicos de infraestructura referidos a electricidad, agua, afecta/desincentivan la inversión y el desarrollo del turismo.

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Los sitios turísticos no cuentan con transporte, servicios y mobiliario urbano adecuado: bancos, cestos de basura, seguridad permanente entre otros.	Mean	1,36	,128	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,10	
		Upper Bound	1,62	
	5% Trimmed Mean	1,29		
	Median	1,00		
	Variance	,407		
	Std. Deviation	,638		
	Minimum	1		
	Maximum	3		
	Range	2		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	1,623	,464	
	Kurtosis	1,637	,902	

PARTE II. Potencialidades (Fortalezas y Oportunidades)

Lista 15. Planificación y Gestión Turística

Formar parte el municipio Miranda del I Censo del Patrimonio Cultural Venezolano como "Bien de Interés Cultural", (resolución N° 003-05 del 20-02-05) es una oportunidad para el desarrollo del turismo y divulgar y preservar su herencia cultural.				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	20	80,0	80,0
	Bastante de acuerdo	3	12,0	92,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	96,0
	Parcialmente en desacuerdo	1	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0

La nueva ley de financiamiento turística (2009), así como el FONTUR, entre otras es una oportunidad para acceder a inversión en equipamiento o mejora de las existentes				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	19	76,0	76,0
	Bastante de acuerdo	4	16,0	92,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	96,0
	Parcialmente en desacuerdo	1	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0

Favorece el desarrollo del turismo en el Municipio la coincidencia de opciones/consenso político existente entre los actores involucrados en el sector a nivel nacional, estatal y municipal				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	15	60,0	60,0
	Bastante de acuerdo	3	12,0	72,0
	Parcialmente de acuerdo	3	12,0	84,0
	Neutral	2	8,0	92,0
	Parcialmente en desacuerdo	2	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0

La participación de las comunidades organizadas, consejos comunales, asociaciones entre otras, como actores locales protagónicos, contemplados en la Ley de Crédito para el Turismo (2009), impulsará el desarrollo turístico en la zona				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	14	56,0	56,0
	Bastante de acuerdo	5	20,0	76,0
	Parcialmente de acuerdo	3	12,0	88,0
	Parcialmente en desacuerdo	3	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0

El turismo puede ser una actividad para revalorizar la conservación del Patrimonio Cultural urbano del casco histórico de Los Puertos de Altagracia				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	21	84,0	84,0
	Bastante de acuerdo	3	12,0	96,0
	Neutral	1	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0

Fomentar la actividad turística en la zona mejorar la calidad de vida de sus habitantes				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	20	80,0	80,0
	Bastante de acuerdo	4	16,0	96,0
	Bastante en desacuerdo	1	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0

Presencia de la Universidad Rafael María Baralt, que cuenta con carreras nuevas en el país y una demanda alta de estudiantes, de otros estados y países vecinos como Bolivia, Perú y Colombia, puede potenciar el desarrollo del turismo				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	14	56,0	56,0
	Bastante de acuerdo	5	20,0	76,0
	Parcialmente de acuerdo	2	8,0	84,0
	Neutral	1	4,0	88,0
	Parcialmente en desacuerdo	2	8,0	96,0
	Completamente en desacuerdo	1	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0

Existencia de cursos de formación turística promovidas por la Alcaldía de Miranda y las misiones educativas, favorecen el desarrollo de recursos humanos para potenciar el turismo.				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	11	44,0	44,0
	Bastante de acuerdo	5	20,0	64,0
	Parcialmente de acuerdo	6	24,0	88,0
	Neutral	1	4,0	92,0
	Bastante en desacuerdo	1	4,0	96,0
	8	1	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0

Planificación y Gestión Turística (PARTE II)				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	16	64,0	64,0
	Bastante de acuerdo	6	24,0	88,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	92,0
	Neutral	1	4,0	96,0
	Parcialmente en desacuerdo	1	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0

Descriptives	Statistic	Std. Error
Mean	1,36	,181
95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,99
	Upper Bound	1,73
5% Trimmed Mean	1,20	
Median	1,00	
Variance	,823	
Std. Deviation	,907	
Minimum	1	
Maximum	5	
Range	4	
Interquartile Range	0	
Skewness	3,182	,464
Kurtosis	11,084	,902

Formar parte el municipio Miranda del I Censo del Patrimonio Cultural Venezolano como "Bien de Interés Cultural", (resolución N° 003-05 del 20-02-05) es una oportunidad para el desarrollo del turismo y divulgar y preservar su herencia cultural.

Descriptives	Statistic	Std. Error
Mean	1,40	,183
95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,02
	Upper Bound	1,78
5% Trimmed Mean	1,24	
Median	1,00	
Variance	,833	
Std. Deviation	,913	
Minimum	1	
Maximum	5	
Range	4	
Interquartile Range	0	
Skewness	3,001	,464
Kurtosis	10,113	,902

La nueva ley de financiamiento turística (2009), así como el FONTUR, entre otras es una oportunidad para acceder a inversión en equipamiento o mejora de las existentes

Descriptives	Statistic	Std. Error
Mean	1,92	,270
95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,36
	Upper Bound	2,48
5% Trimmed Mean	1,80	
Median	1,00	
Variance	1,827	
Std. Deviation	1,352	
Minimum	1	
Maximum	5	
Range	4	
Interquartile Range	2	
Skewness	1,257	,464
Kurtosis	,310	,902

Favorece el desarrollo del turismo en el Municipio la coincidencia de opciones/consenso político existente entre los actores involucrados en el sector a nivel nacional, estatal y municipal

Descriptives	Statistic	Std. Error
Mean	1,24	,133
95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,97
	Upper Bound	1,51
5% Trimmed Mean	1,12	
Median	1,00	
Variance	,440	
Std. Deviation	,663	
Minimum	1	
Maximum	4	
Range	3	
Interquartile Range	0	
Skewness	3,422	,464
Kurtosis	12,924	,902

El turismo puede ser una actividad para revalorizar la conservación del Patrimonio Cultural urbano del casco histórico de Los Puertos de Altigracia

Descriptives		Statistic	Std. Error	
La participación de las comunidades organizadas, consejos comunales, asociaciones entre otras, como actores locales protagónicos, contemplados en la Ley de Crédito para el Turismo (2009), impulsará el desarrollo turístico en la zona	Mean	1,92	,270	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,36	
		Upper Bound	2,48	
	5% Trimmed Mean	1,80		
	Median	1,00		
	Variance	1,827		
	Std. Deviation	1,352		
	Minimum	1		
	Maximum	5		
	Range	4		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	1,477	,464	
	Kurtosis	1,142	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Fomentar la actividad turística en la zona mejorar la calidad de vida de sus habitantes	Mean	1,36	,207	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,93	
		Upper Bound	1,79	
	5% Trimmed Mean	1,17		
	Median	1,00		
	Variance	1,073		
	Std. Deviation	1,036		
	Minimum	1		
	Maximum	6		
	Range	5		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	4,073	,464	
	Kurtosis	18,167	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Presencia de la Universidad Rafael María Baralt, que cuenta con carreras nuevas en el país y una demanda alta de estudiantes, de otros estados y países vecinos como Bolivia, Perú y Colombia, puede potenciar el desarrollar del turismo	Mean	2,04	,324	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,37	
		Upper Bound	2,71	
	5% Trimmed Mean	1,84		
	Median	1,00		
	Variance	2,623		
	Std. Deviation	1,620		
	Minimum	1		
	Maximum	7		
	Range	6		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	1,785	,464	
	Kurtosis	2,742	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Existencia de cursos de formación turística promovidas por la Alcaldía de Miranda y las misiones educativas, favorecen el desarrollo de recursos humanos para potenciar el turismo.	Mean	2,28	,344	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,57	
		Upper Bound	2,99	
	5% Trimmed Mean	2,06		
	Median	2,00		
	Variance	2,960		
	Std. Deviation	1,720		
	Minimum	1		
	Maximum	8		
	Range	7		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	1,981	,464	
	Kurtosis	4,538	,902	

Lista 16. Oferta (recursos naturales y culturales)

Los Puertos de Atagracia cuentan con potencial turístico cultural, patrimonial, artístico y religioso que requieren ser puestos en valor turístico

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	21	84,0	84,0	84,0
	Bastante de acuerdo	4	16,0	16,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

El Municipio Miranda cuenta con playas actas/aptas y muy visitadas para el desarrollo del turismo de sol y playa y de deportes activos.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	13	52,0	52,0	52,0
	Bastante de acuerdo	6	24,0	24,0	76,0
	Parcialmente de acuerdo	2	8,0	8,0	84,0
	Neutral	2	8,0	8,0	92,0
	Parcialmente en desacuerdo	2	8,0	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

La ubicación estratégica del municipio por presentar aproximadamente 100 km de línea de costas del Lago y Mar.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	19	76,0	76,0	76,0
	Bastante de acuerdo	6	24,0	24,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Clima tropical cálido húmedo todo el año con temperatura media de 30°C y la presencia casi permanente del sol incide positivamente en la permanencia de turistas todo el año

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	15	60,0	60,0	60,0
	Bastante de acuerdo	7	28,0	28,0	88,0
	Parcialmente de acuerdo	2	8,0	8,0	96,0
	Neutral	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Variedad de recursos naturales (costa, lago, manglares, ciénaga y aves como el flamenco) que generan paisajes interesantes para actividades científicas - contemplativas, recreativas, deportivas entre otras

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	21	84,0	84,0	84,0
	Bastante de acuerdo	2	8,0	8,0	92,0
	Parcialmente de acuerdo	2	8,0	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Festividades religiosas-culturales programadas todo el año entre las que destacan: "Vuelta al terruño", fiestas patronales de Atagracia, San Benito, San José, San Antonio, coleos de toros entre otros para ofrece al visitante.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	23	92,0	92,0	92,0
	Bastante de acuerdo	2	8,0	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Frente de agua del "Boulevard Padilla", zona urbana para uso turístico recreacional y de ocio fortalece el potencial turístico de Los Puertos.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	20	80,0	80,0	80,0
	Bastante de acuerdo	3	12,0	12,0	92,0
	Parcialmente de acuerdo	2	8,0	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

La presencia en el Municipio de empresas como PEQUIVEN, ENSAL, AGA, puerto de embarque petrolero "Puerto Miranda", entre otros, son atractivos que favorece el desarrollo del turismo en la zona

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	7	28,0	28,0	28,0
	Bastante de acuerdo	10	40,0	40,0	68,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	4,0	72,0
	Neutral	3	12,0	12,0	84,0
	Parcialmente en desacuerdo	2	8,0	8,0	92,0
	Completamente en desacuerdo	1	4,0	4,0	96,0
	8	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Arraigo y el sentido de identidad de los habitantes con sus costumbres y tradiciones y considerar como un buen sitio para vivir, por su seguridad y tranquilidad favorece la actividad turística

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	11	44,0	44,0	44,0
	Bastante de acuerdo	6	24,0	24,0	68,0
	Parcialmente de acuerdo	6	24,0	24,0	92,0
	Neutral	2	8,0	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Gente hospitalaria, alegre, con un trato amigable que los habitantes tienen para con los visitantes

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	13	52,0	52,0	52,0
	Bastante de acuerdo	6	24,0	24,0	76,0
	Parcialmente de acuerdo	4	16,0	16,0	92,0
	Neutral	1	4,0	4,0	96,0
	Parcialmente en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Oferta (recursos naturales y culturales) PARTE II				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	13	52,0	52,0
	Bastante de acuerdo	9	36,0	88,0
	Parcialmente de acuerdo	3	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0

Descriptives	Statistic	Std. Error	
Los Puertos de Altagracia cuentan con potencial turístico cultural, patrimonial, artístico y religioso que requieren ser puestos en valor turístico	Mean	1,16	,075
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,01
		Upper Bound	1,31
	5% Trimmed Mean	1,12	
	Median	1,00	
	Variance	,140	
	Std. Deviation	,374	
	Minimum	1	
	Maximum	2	
	Range	1	
	Interquartile Range	0	
	Skewness	1,975	,464
	Kurtosis	2,061	,902

Descriptives	Statistic	Std. Error	
El Municipio Miranda cuenta con playas actas/aptas y muy visitadas para el desarrollo del turismo de sol y playa y de deportes activos.	Mean	1,96	,261
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,42
		Upper Bound	2,50
	5% Trimmed Mean	1,84	
	Median	1,00	
	Variance	1,707	
	Std. Deviation	1,306	
	Minimum	1	
	Maximum	5	
	Range	4	
	Interquartile Range	2	
	Skewness	1,298	,464
	Kurtosis	,606	,902

Descriptives	Statistic	Std. Error	
La ubicación estratégica del municipio por presentar aproximadamente 100 km de línea de costas del Lago y Mar.	Mean	1,24	,087
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,06
		Upper Bound	1,42
	5% Trimmed Mean	1,21	
	Median	1,00	
	Variance	,190	
	Std. Deviation	,436	
	Minimum	1	
	Maximum	2	
	Range	1	
	Interquartile Range	0	
	Skewness	1,297	,464
	Kurtosis	-,354	,902

Descriptives	Statistic	Std. Error	
Clima tropical cálido húmedo todo el año con temperatura media de 30°C y la presencia casi permanente del sol incide positivamente en la permanencia de turistas todo el año	Mean	1,56	,164
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,22
		Upper Bound	1,90
	5% Trimmed Mean	1,47	
	Median	1,00	
	Variance	,673	
	Std. Deviation	,821	
	Minimum	1	
	Maximum	4	
	Range	3	
	Interquartile Range	1	
	Skewness	1,513	,464
	Kurtosis	1,990	,902

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Variedad de recursos naturales (costa, lago, manglares, ciénaga y aves como el flamenco) que generan paisajes interesantes para actividades científicas - contemplativas, recreativas, deportivas entre otras	Mean	1,24	,119	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,99	
		Upper Bound	1,49	
	5% Trimmed Mean	1,16		
	Median	1,00		
	Variance	,357		
	Std. Deviation	,597		
	Minimum	1		
	Maximum	3		
	Range	2		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	2,443	,464	
	Kurtosis	4,969	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Festividades religiosas-culturales programadas todo el año entre las que destacan: "Vuelta al terruño", fiestas patronales de Altagracia, San Benito, San José, San Antonio, coleos de toros entre otros para ofrece al visitante.	Mean	1,08	,055	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,97	
		Upper Bound	1,19	
	5% Trimmed Mean	1,03		
	Median	1,00		
	Variance	,077		
	Std. Deviation	,277		
	Minimum	1		
	Maximum	2		
	Range	1		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	3,298	,464	
	Kurtosis	9,641	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Frente de agua del "Boulevard Padilla", zona urbana para uso turístico recreacional y de ocio fortalece el potencial turístico de Los Puertos.	Mean	1,28	,123	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,03	
		Upper Bound	1,53	
	5% Trimmed Mean	1,20		
	Median	1,00		
	Variance	,377		
	Std. Deviation	,614		
	Minimum	1		
	Maximum	3		
	Range	2		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	2,127	,464	
	Kurtosis	3,539	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
La presencia en el Municipio de empresas como PEQUIVEN, ENSAL, AGA, puerto de embarque petrolero "Puerto Miranda", entre otros, son atractivos que favorece el desarrollo del turismo en la zona	Mean	2,68	,382	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,89	
		Upper Bound	3,47	
	5% Trimmed Mean	2,49		
	Median	2,00		
	Variance	3,643		
	Std. Deviation	1,909		
	Minimum	1		
	Maximum	8		
	Range	7		
	Interquartile Range	3		
	Skewness	1,477	,464	
	Kurtosis	1,723	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Arraigo y el sentido de identidad de los habitantes con sus costumbres y tradiciones y considerar como un buen sitio para vivir, por su seguridad y tranquilidad favorece la actividad turística	Mean	1,96	,204	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,54	
		Upper Bound	2,38	
	5% Trimmed Mean	1,90		
	Median	2,00		
	Variance	1,040		
	Std. Deviation	1,020		
	Minimum	1		
	Maximum	4		
	Range	3		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	,598	,464	
	Kurtosis	-,891	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Gente hospitalaria, alegre, con un trato amigable que los habitantes tienen para con los visitantes	Mean	1,84	,221	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,38	
		Upper Bound	2,30	
	5% Trimmed Mean	1,72		
	Median	1,00		
	Variance	1,223		
	Std. Deviation	1,106		
	Minimum	1		
	Maximum	5		
	Range	4		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	1,345	,464	
	Kurtosis	1,420	,902	

Lista 17. Demanda Turística

Presencia de forma espontánea de visitantes (siendo más excursionistas que turistas) durante distintas épocas del año: fines de semana, carnaval, Semana Santa entre otros

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	20	80,0	80,0
	Bastante de acuerdo	3	12,0	92,0
	Parcialmente de acuerdo	2	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0

Existencia de ciudades cercanas como Maracaibo que escasamente se ubica a 34 Km. de la población altagraciana puede generar una demanda potencial de visitantes

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	19	76,0	76,0
	Bastante de acuerdo	5	20,0	96,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0

La alta demanda en el Municipio Miranda de visitantes especialmente para el turismo de sol y playa, gastronómico, de visita a familiares durante todo el año es una oportunidad para valorar y rescatar el casco histórico de Altagracia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	22	88,0	88,0
	Bastante de acuerdo	1	4,0	92,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	96,0
	Parcialmente en desacuerdo	1	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0

Demanda Turística PARTE II

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	19	76,0	76,0
	Bastante de acuerdo	5	20,0	96,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0

Descriptives	Statistic	Std. Error	
Presencia de forma espontánea de visitantes (siendo más excursionistas que turistas) durante distintas épocas del año: fines de semana, carnaval, Semana Santa entre otros	Mean	1,28	,123
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,03
		Upper Bound	1,53
	5% Trimmed Mean	1,20	
	Median	1,00	
	Variance	,377	
	Std. Deviation	,614	
	Minimum	1	
	Maximum	3	
	Range	2	
	Interquartile Range	0	
	Skewness	2,127	,464
	Kurtosis	3,539	,902

Descriptives	Statistic	Std. Error	
Existencia de ciudades cercanas como Maracaibo que escasamente se ubica a 34 Km. de la población altagraciana puede generar una demanda potencial de visitantes	Mean	1,28	,108
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,06
		Upper Bound	1,50
	5% Trimmed Mean	1,21	
	Median	1,00	
	Variance	,293	
	Std. Deviation	,542	
	Minimum	1	
	Maximum	3	
	Range	2	
	Interquartile Range	0	
	Skewness	1,864	,464
	Kurtosis	2,938	,902

Descriptives	Statistic	Std. Error	
La alta demanda en el Municipio Miranda de visitantes especialmente para el turismo de sol y playa, gastronómico, de visita a familiares durante todo el año es una oportunidad para valorar y rescatar el casco histórico de Altagracia	Mean	1,28	,178
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,91
		Upper Bound	1,65
	5% Trimmed Mean	1,11	
	Median	1,00	
	Variance	,793	
	Std. Deviation	,891	
	Minimum	1	
	Maximum	5	
	Range	4	
	Interquartile Range	0	
	Skewness	3,619	,464

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

Kurtosis 13,650 ,902

Lista 18. Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos

La actual construcción de un hotel en la zona norte de Altagracia y uno en proyecto en la zona sur impulsará la actividad turística del Municipio

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	14	56,0	56,0	56,0
Bastante de acuerdo	6	24,0	24,0	80,0
Parcialmente de acuerdo	5	20,0	20,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Restaurantes muy demandados especialmente los fines de semana y en temporadas altas por visitantes de otros municipios y residentes, siendo valorada la gastronomía como muy buena y de precios accesibles.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	15	60,0	60,0	60,0
Bastante de acuerdo	8	32,0	32,0	92,0
Parcialmente de acuerdo	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Presencia en el Municipio de una red de transporte público municipal (SABTRA) que conecta la ciudad de Altagracia con el resto del municipio facilitando el desplazamiento de visitantes desde el terminal lacust

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	8	32,0	32,0	32,0
Bastante de acuerdo	9	36,0	36,0	68,0
Parcialmente de acuerdo	8	32,0	32,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Presencia de tres emisoras de radio local, una red local de televisión por suscripción, un semanario para mantener a la comunidad informada sobre cualquier evento cultural, deportivo, turístico, así como concienciar a la población para la preservación de

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	10	40,0	40,0	40,0
Bastante de acuerdo	11	44,0	44,0	84,0
Parcialmente de acuerdo	4	16,0	16,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos PARTE II

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	9	36,0	36,0	36,0
Bastante de acuerdo	11	44,0	44,0	80,0
Parcialmente de acuerdo	5	20,0	20,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Descriptives	Statistic	Std. Error
Mean	1,64	,162
95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound: 1,31 Upper Bound: 1,97	
5% Trimmed Mean	1,60	
Median	1,00	
Variance	,657	
Std. Deviation	,810	
Minimum	1	
Maximum	3	
Range	2	
Interquartile Range	1	
Skewness	,782	,464
Kurtosis	-,988	,902

La actual construcción de un hotel en la zona norte de Altagracia y uno en proyecto en la zona sur impulsará la actividad turística del Municipio

Descriptives	Statistic	Std. Error
Mean	1,48	,131
95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound: 1,21 Upper Bound: 1,75	
5% Trimmed Mean	1,42	
Median	1,00	
Variance	,427	
Std. Deviation	,653	
Minimum	1	
Maximum	3	
Range	2	
Interquartile Range	1	
Skewness	1,055	,464
Kurtosis	,130	,902

Restaurantes muy demandados especialmente los fines de semana y en temporadas altas por visitantes de otros municipios y residentes, siendo valorada la gastronomía como muy buena y de precios accesibles.

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Presencia en el Municipio de una red de transporte público municipal (SABTRA) que conecta la ciudad de Altigracia con el resto del municipio facilitando el desplazamiento de visitantes desde el terminal lacust	Mean	2,00	,163	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,66	
		Upper Bound	2,34	
	5% Trimmed Mean	2,00		
	Median	2,00		
	Variance	,667		
	Std. Deviation	,816		
	Minimum	1		
	Maximum	3		
	Range	2		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	,000	,464	
	Kurtosis	-1,488	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Presencia de tres emisoras de radio local, una red local de televisión por suscripción, un semanario para mantener a la comunidad informada sobre cualquier evento cultural, deportivo, turístico, así como concienciar a la población para la preservación de	Mean	1,76	,145	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,46	
		Upper Bound	2,06	
	5% Trimmed Mean	1,73		
	Median	2,00		
	Variance	,523		
	Std. Deviation	,723		
	Minimum	1		
	Maximum	3		
	Range	2		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	,405	,464	
	Kurtosis	-,908	,902	

Lista 19. Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano

Posición privilegiada con relación a otros Municipios de la Subregión Costa Oriental del Lago, siendo la Puerta al Zulia terrestre y marítima desde la zona norte del país.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	20	80,0	80,0	80,0
Valid Bastante de acuerdo	5	20,0	20,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Terminal de pasajeros con rutas urbanas y extra-urbanas que comunican al municipio Miranda con el estado Zulia y resto del país

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	7	28,0	28,0	28,0
Valid Bastante de acuerdo	13	52,0	52,0	80,0
Parcialmente de acuerdo	5	20,0	20,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Terminal lacustre que facilitan la presencia de visitantes y temporadistas (fines de semana y en temporadas altas), con acceso directo desde la ciudad de Maracaibo.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	9	36,0	36,0	36,0
Valid Bastante de acuerdo	11	44,0	44,0	80,0
Parcialmente de acuerdo	5	20,0	20,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Existencia/permanencia de una ruta de transporte público lacustre, municipal que conecta directamente Los Puertos de Altagracia con Maracaibo (capital del estado Zulia), lo que fortalece el desplazamiento de visitantes y el turismo.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	8	32,0	32,0	32,0
Valid Bastante de acuerdo	16	64,0	64,0	96,0
Parcialmente de acuerdo	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

La tranquilidad que se percibe y la seguridad tanto ciudadana como de los bienes (siendo uno de los municipio más seguro del estado Zulia), influye positivamente en el desarrollo turístico

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	8	32,0	32,0	32,0
Valid Bastante de acuerdo	9	36,0	36,0	68,0
Parcialmente de acuerdo	7	28,0	28,0	96,0
Parcialmente en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Accesibilidad y Transporte, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano PARTE II

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Totalmente de acuerdo	7	28,0	28,0	28,0
Valid Bastante de acuerdo	17	68,0	68,0	96,0
Parcialmente de acuerdo	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Descriptives	Statistic	Std. Error
Mean	1,20	,082
95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound: 1,03 Upper Bound: 1,37	
5% Trimmed Mean	1,17	
Median	1,00	
Variance	,167	
Std. Deviation	,408	
Minimum	1	
Maximum	2	
Range	1	
Interquartile Range	0	
Skewness	1,597	,464
Kurtosis	,593	,902

Posición privilegiada con relación a otros Municipios de la Subregión Costa Oriental del Lago, siendo la Puerta al Zulia terrestre y marítima desde la zona norte del país.

Descriptives	Statistic	Std. Error
Mean	1,92	,140
95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound: 1,63 Upper Bound: 2,21	
5% Trimmed Mean	1,91	
Median	2,00	
Variance	,493	
Std. Deviation	,702	
Minimum	1	
Maximum	3	
Range	2	
Interquartile Range	1	
Skewness	,112	,464
Kurtosis	-,816	,902

Terminal de pasajeros con rutas urbanas y extra-urbanas que comunican al municipio Miranda con el estado Zulia y resto del país

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Terminal lacustre que facilitan la presencia de visitantes y temporadistas (fines de semana y en temporadas altas), con acceso directo desde la ciudad de Maracaibo.	Mean	1,84	,149	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,53	
		Upper Bound	2,15	
	5% Trimmed Mean	1,82		
	Median	2,00		
	Variance	,557		
	Std. Deviation	,746		
	Minimum	1		
	Maximum	3		
	Range	2		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	,274	,464	
	Kurtosis	-1,076	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Existencia/permanencia de una ruta de transporte público lacustre, municipal que conecta directamente Los Puertos de Altagracia con Maracaibo (capital del estado Zulia), lo que fortalece el desplazamiento de visitantes y el turismo.	Mean	1,72	,108	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,50	
		Upper Bound	1,94	
	5% Trimmed Mean	1,70		
	Median	2,00		
	Variance	,293		
	Std. Deviation	,542		
	Minimum	1		
	Maximum	3		
	Range	2		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	-,153	,464	
	Kurtosis	-,347	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
La tranquilidad que se percibe y la seguridad tanto ciudadana como de los bienes (siendo uno de los municipio más seguro del estado Zulia), influye positivamente en el desarrollo turístico	Mean	2,08	,199	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,67	
		Upper Bound	2,49	
	5% Trimmed Mean	2,00		
	Median	2,00		
	Variance	,993		
	Std. Deviation	,997		
	Minimum	1		
	Maximum	5		
	Range	4		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	,927	,464	
	Kurtosis	1,391	,902	

PARTE III. Estrategias para el desarrollo del turismo sostenible en Los Puertos de Atagracia

Lista 20. Planificación y Gestión Turística

Fortalecer la gestión turística de la Alcaldía creando una unidad de gestión/coordiación con visión sistémica-integral que viabilice el rescate y aprovechamiento de los recurso naturales y culturales existentes para su puesta en valo				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	17	68,0	68,0
	Bastante de acuerdo	7	28,0	96,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0
Elaborar una plataforma normativa y de planificación estratégica que promueva e incentiven la inversión privada, para lograr el desarrollo turístico sostenible.				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	19	76,0	76,0
	Bastante de acuerdo	4	16,0	92,0
	Parcialmente de acuerdo	2	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0
Estimular/promover la participación de actores y fuentes de financiamiento alternativos público-privadas y sociales, para proyectos de conservación y rescate de edificaciones arquitectónicas de carácter patrimonial, tanto pública como privada				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	23	92,0	92,0
	Bastante de acuerdo	2	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0
Implicar a los representantes políticos, técnico, sociales y empresariales en el diseño de un destino turístico, que tome en cuenta la gestión de los recursos naturales y culturales, aportándoles información directa sobre nuevas tendencias de mercado en m				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	22	88,0	88,0
	Bastante de acuerdo	3	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0
Promover proyectos y asesoría técnica para el rescate/recuperación y acondicionamiento de edificaciones con valor patrimonial del casco histórico y frente de agua de Atagracia				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	22	88,0	88,0
	Bastante de acuerdo	2	8,0	96,0
	Neutral	1	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0
Crear alianzas con instituciones públicas, privadas y/o ciudadanas apoyadas en la educación para capacitar y concientizar a la población residente y los entes involucrados en la conservación y preservación de su patrimonio cultura				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	22	88,0	88,0
	Bastante de acuerdo	2	8,0	96,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0
Sensibilizar y concientizar a la población local y entes privados sobre la importancia del turismo como generador de riqueza en el municipio.				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	22	88,0	88,0
	Bastante de acuerdo	3	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0
Implantar un plan de mercadeo turístico que incluya campañas de concientización y de divulgación del valor del patrimonio cultural latente en Los Puertos de Atagracia que acerque la demanda a la oferta				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	22	88,0	88,0
	Bastante de acuerdo	3	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0
Activar planes de marketing para promover al Municipio Miranda y su capital Los Puertos de Atagracia como destino turístico				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	22	88,0	88,0
	Bastante de acuerdo	3	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0
Promover activamente iniciativas público - privado para el diseño de diferentes paquetes o circuitos turísticos, que integren los recursos naturales y culturales del municipio				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	21	84,0	84,0
	Bastante de acuerdo	3	12,0	96,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0
Planificación y Gestión Turística PARTE III				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	21	84,0	84,0
	Bastante de acuerdo	4	16,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Fortalecer la gestión turística de la Alcaldía creando una unidad de gestión/coordinación con visión sistémica-integral que viabilice el rescate y aprovechamiento de los recursos naturales y culturales existentes para su puesta en valo	Mean	1,36	,114	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,13	
		Upper Bound	1,59	
	5% Trimmed Mean	1,30		
	Median	1,00		
	Variance	,323		
	Std. Deviation	,569		
	Minimum	1		
	Maximum	3		
	Range	2		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	1,343	,464	
	Kurtosis	1,036	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Elaborar una plataforma normativa y de planificación estratégica que promueva e incentiven la inversión privada, para lograr el desarrollo turístico sostenible.	Mean	1,32	,125	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,06	
		Upper Bound	1,58	
	5% Trimmed Mean	1,24		
	Median	1,00		
	Variance	,393		
	Std. Deviation	,627		
	Minimum	1		
	Maximum	3		
	Range	2		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	1,858	,464	
	Kurtosis	2,462	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Estimular/promover la participación de actores y fuentes de financiamiento alternativos público-privadas y sociales, para proyectos de conservación y rescate de edificaciones arquitectónicas de carácter patrimonial, tanto pública como privada	Mean	1,08	,055	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,97	
		Upper Bound	1,19	
	5% Trimmed Mean	1,03		
	Median	1,00		
	Variance	,077		
	Std. Deviation	,277		
	Minimum	1		
	Maximum	2		
	Range	1		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	3,298	,464	
	Kurtosis	9,641	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Implicar a los representantes políticos, técnico, sociales y empresariales en el diseño de un destino turístico, que tome en cuenta la gestión de los recursos naturales y culturales, aportándoles información directa sobre nuevas tendencias de mercado en m	Mean	1,12	,066	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,98	
		Upper Bound	1,26	
	5% Trimmed Mean	1,08		
	Median	1,00		
	Variance	,110		
	Std. Deviation	,332		
	Minimum	1		
	Maximum	2		
	Range	1		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	2,491	,464	
	Kurtosis	4,563	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Promover proyectos y asesoría técnica para el rescate/recuperación y acondicionamiento de edificaciones con valor patrimonial del casco histórico y frente de agua de Altagracia	Mean	1,20	,129	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,93	
		Upper Bound	1,47	
	5% Trimmed Mean	1,08		
	Median	1,00		
	Variance	,417		
	Std. Deviation	,645		
	Minimum	1		
	Maximum	4		
	Range	3		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	3,839	,464	
	Kurtosis	15,798	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Crear alianzas con instituciones públicas, privadas y/o ciudadanas apoyadas en la educación para capacitar y concientizar a la población residente y los entes involucrados en la conservación y preservación de su patrimonio cultura	Mean	1,16	,095	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,96	
		Upper Bound	1,36	
	5% Trimmed Mean	1,08		
	Median	1,00		
	Variance	,223		
	Std. Deviation	,473		
	Minimum	1		
	Maximum	3		
	Range	2		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	3,143	,464	
	Kurtosis	9,969	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Sensibilizar y concientizar a la población local y entes privados sobre la importancia del turismo como generador de riqueza en el municipio.	Mean	1,12	,066	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,98	
		Upper Bound	1,26	
	5% Trimmed Mean	1,08		
	Median	1,00		
	Variance	,110		
	Std. Deviation	,332		
	Minimum	1		
	Maximum	2		
	Range	1		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	2,491	,464	
	Kurtosis	4,563	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Implantar un plan de mercadeo turístico que incluya campañas de concientización y de divulgación del valor del patrimonio cultural latente en Los Puertos de Altagracia que acerque la demanda a la oferta	Mean	1,12	,066	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,98	
		Upper Bound	1,26	
	5% Trimmed Mean	1,08		
	Median	1,00		
	Variance	,110		
	Std. Deviation	,332		
	Minimum	1		
	Maximum	2		
	Range	1		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	2,491	,464	
	Kurtosis	4,563	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Activar planes de marketing para promover al Municipio Miranda y su capital Los Puertos de Altagracia como destino turístico	Mean	1,12	,066	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,98	
		Upper Bound	1,26	
	5% Trimmed Mean	1,08		
	Median	1,00		
	Variance	,110		
	Std. Deviation	,332		
	Minimum	1		
	Maximum	2		
	Range	1		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	2,491	,464	
	Kurtosis	4,563	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Promover activamente iniciativas público - privado para el diseño de diferentes paquetes o circuitos turísticos, que integren los recursos naturales y culturales del municipio	Mean	1,20	,100	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,99	
		Upper Bound	1,41	
	5% Trimmed Mean	1,12		
	Median	1,00		
	Variance	,250		
	Std. Deviation	,500		
	Minimum	1		
	Maximum	3		
	Range	2		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	2,609	,464	
	Kurtosis	6,656	,902	

Lista 21. Oferta (recursos naturales y culturales)

Optimizar el aprovechamiento del Lago de Maracaibo y costas al mar como potencial turístico, recreativo y deportivo					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	23	92,0	92,0	92,0
	Bastante de acuerdo	2	8,0	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Mejora ambiental de entornos turísticos					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	23	92,0	95,8	95,8
	Bastante de acuerdo	1	4,0	4,2	100,0
	Total	24	96,0	100,0	
Missing	System	1	4,0		
Total		25	100,0		

Poner en valor recursos turísticos de interés naturales y culturales no aprovechados actualmente como la Ciénaga de los Olivitos con una visión sustentable y el casco histórico de Altagracia como una oferta integral al visitante					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	22	88,0	88,0	88,0
	Bastante de acuerdo	2	8,0	8,0	96,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Dinamizar el casco histórico de la ciudad, convirtiéndolo en un espacio vivo, con señalética patrimonial de calidad y de fácil acceso a los principales recursos turístico.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	22	88,0	88,0	88,0
	Bastante de acuerdo	3	12,0	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Utilizar estratégicamente la participación de la comunidad local como elemento de interpretación del patrimonio cultural, a través de las costumbres y tradiciones de sus habitantes orgullosos de su pasado					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	24	96,0	96,0	96,0
	Bastante de acuerdo	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Oferta (recursos naturales y culturales) PARTE III					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	23	92,0	92,0	92,0
	Bastante de acuerdo	2	8,0	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Descriptives	Statistic	Std. Error
	Mean	1,08
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound ,96 Upper Bound 1,20
	5% Trimmed Mean	1,04
	Median	1,00
	Variance	,080
	Std. Deviation	,282
	Minimum	1
	Maximum	2
	Range	1
	Interquartile Range	0
	Skewness	3,220
	Kurtosis	9,124
Optimizar el aprovechamiento del Lago de Maracaibo y costas al mar como potencial turístico, recreativo y deportivo		,058
		,96
		1,20
		1,04
		1,00
		,080
		,282
		1
		2
		1
		0
		3,220
		9,124

Descriptives	Statistic	Std. Error
	Mean	1,04
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound ,96 Upper Bound 1,13
	5% Trimmed Mean	1,00
	Median	1,00
	Variance	,042
	Std. Deviation	,204
	Minimum	1
	Maximum	2
	Range	1
	Interquartile Range	0
	Skewness	4,899
	Kurtosis	24,000
Mejora ambiental de entornos turísticos		,472
		,918

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Poner en valor recursos turísticos de interés naturales y culturales no aprovechados actualmente como la Ciénaga de los Olivitos con una visión sustentable y el casco histórico de Altagracia como una oferta integral al visitante	Mean	1,17	,098	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,96	
		Upper Bound	1,37	
	5% Trimmed Mean	1,08		
	Median	1,00		
	Variance	,232		
	Std. Deviation	,482		
	Minimum	1		
	Maximum	3		
	Range	2		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	3,068	,472	
	Kurtosis	9,458	,918	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Dinamizar el casco histórico de la ciudad, convirtiéndolo en un espacio vivo, con señalética patrimonial de calidad y de fácil acceso a los principales recursos turístico.	Mean	1,13	,069	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,98	
		Upper Bound	1,27	
	5% Trimmed Mean	1,08		
	Median	1,00		
	Variance	,114		
	Std. Deviation	,338		
	Minimum	1		
	Maximum	2		
	Range	1		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	2,422	,472	
	Kurtosis	4,210	,918	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Utilizar estratégicamente la participación de la comunidad local como elemento de interpretación del patrimonio cultural, a través de las costumbres y tradiciones de sus habitantes orgullosos de su pasado	Mean	1,04	,042	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,96	
		Upper Bound	1,13	
	5% Trimmed Mean	1,00		
	Median	1,00		
	Variance	,042		
	Std. Deviation	,204		
	Minimum	1		
	Maximum	2		
	Range	1		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	4,899	,472	
	Kurtosis	24,000	,918	

Lista 22. Demanda Turística

Aumentar el nivel de satisfacción de los visitantes que manifiestan regresar, mejorando la calidad de la oferta, llenando de nuevos contenidos sus espacios y aptándolos de las nuevas tendencias de la demanda

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	19	76,0	76,0	76,0
	Bastante de acuerdo	4	16,0	16,0	92,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	4,0	96,0
	Neutral	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Potenciar sinergias colaborativas y de cogestión entre los agentes implicados en el desarrollo de la actividad turística local, entre los empresarios, la comunidad y la Alcaldía, para potenciar la presencia de visitantes al municipio dada la alta demanda

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	19	76,0	76,0	76,0
	Bastante de acuerdo	5	20,0	20,0	96,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Apoyar nuevos segmento de demanda emergentes - Turismo religioso

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	22	88,0	88,0	88,0
	Bastante de acuerdo	2	8,0	8,0	96,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Apoyar nuevos segmento de demanda emergentes - Turismo deportivo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	17	68,0	68,0	68,0
	Bastante de acuerdo	6	24,0	24,0	92,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	4,0	96,0
	Parcialmente en desacuerdo	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Apoyar nuevos segmento de demanda emergentes - Turismo de esparcimiento

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	20	80,0	80,0	80,0
	Bastante de acuerdo	4	16,0	16,0	96,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Apoyar nuevos segmento de demanda emergentes - Turismo cultural, patrimonial e histórico

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	25	100,0	100,0	100,0

Apoyar nuevos segmento de demanda emergentes - Turismo de eventos y ferias

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	23	92,0	92,0	92,0
	Neutral	2	8,0	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Apoyar nuevos segmento de demanda emergentes - Turismo de naturaleza y observación de aves

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	25	100,0	100,0	100,0

Apoyar nuevos segmento de demanda emergentes - Agroturismo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	18	72,0	72,0	72,0
	Bastante de acuerdo	5	20,0	20,0	92,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	4,0	96,0
	Neutral	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Demanda turística PARTE III

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	20	80,0	80,0	80,0
	Bastante de acuerdo	5	20,0	20,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Aumentar el nivel de satisfacción de los visitantes que manifiestan regresar, mejorando la calidad de la oferta, llenando de nuevos contenidos sus espacios y aptándolos de las nuevas tendencias de la demanda	Mean	1,36	,151	
	95% Confidence Interval For Mean	Lower Bound	1,05	
		Upper Bound	1,67	
	5% Trimmed Mean	1,24		
	Median	1,00		
	Variance	,573		
	Std. Deviation	,757		
	Minimum	1		
	Maximum	4		
	Range	3		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	2,397	,464	
	Kurtosis	5,834	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Potenciar sinergias colaborativas y de cogestión entre los agentes implicados en el desarrollo de la actividad turística local, entre los empresarios, la comunidad y la Alcaldía, para potenciar la presencia de visitantes al municipio dada la alta demanda	Mean	1,28	,108	
	95% Confidence Interval For Mean	Lower Bound	1,06	
		Upper Bound	1,50	
	5% Trimmed Mean	1,21		
	Median	1,00		
	Variance	,293		
	Std. Deviation	,542		
	Minimum	1		
	Maximum	3		
	Range	2		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	1,864	,464	
	Kurtosis	2,938	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Apoyar nuevos segmento de demanda emergentes - Turismo religioso	Mean	1,16	,095	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,96	
		Upper Bound	1,36	
	5% Trimmed Mean	1,08		
	Median	1,00		
	Variance	,223		
	Std. Deviation	,473		
	Minimum	1		
	Maximum	3		
	Range	2		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	3,143	,464	
	Kurtosis	9,969	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Apoyar nuevos segmento de demanda emergentes - Turismo deportivo	Mean	1,48	,184	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,10	
		Upper Bound	1,86	
	5% Trimmed Mean	1,33		
	Median	1,00		
	Variance	,843		
	Std. Deviation	,918		
	Minimum	1		
	Maximum	5		
	Range	4		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	2,695	,464	
	Kurtosis	8,641	,902	

Descriptives			Statistic	Std. Error
Apoyar nuevos segmento de demanda emergentes - Turismo de esparcimiento	Mean		1,24	,105
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,02	
		Upper Bound	1,46	
	5% Trimmed Mean		1,17	
	Median		1,00	
	Variance		,273	
	Std. Deviation		,523	
	Minimum		1	
	Maximum		3	
	Range		2	
	Interquartile Range		0	
	Skewness		2,197	,464
	Kurtosis		4,463	,902

Descriptives			Statistic	Std. Error
Apoyar nuevos segmento de demanda emergentes - Turismo de eventos y ferias	Mean		1,24	,166
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,90	
		Upper Bound	1,58	
	5% Trimmed Mean		1,10	
	Median		1,00	
	Variance		,690	
	Std. Deviation		,831	
	Minimum		1	
	Maximum		4	
	Range		3	
	Interquartile Range		0	
	Skewness		3,298	,464
	Kurtosis		9,641	,902

Descriptives			Statistic	Std. Error
Apoyar nuevos segmento de demanda emergentes - Agroturismo	Mean		1,40	,153
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,08	
		Upper Bound	1,72	
	5% Trimmed Mean		1,29	
	Median		1,00	
	Variance		,583	
	Std. Deviation		,764	
	Minimum		1	
	Maximum		4	
	Range		3	
	Interquartile Range		1	
	Skewness		2,196	,464
	Kurtosis		4,978	,902

Lista 23. Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos

Se requiere la construcción de hoteles categorizados y posadas turísticas, para dar impulso al desarrollo turístico y generar crecimiento – mejor calidad de vida en el desti					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	22	88,0	88,0	88,0
	Bastante de acuerdo	2	8,0	8,0	96,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Promover alianzas estratégicas pluriactorales dirigidas a la promoción de proyectos que mejoren y amplíen la oferta de facilidades y equipamiento urbano que potencien las condiciones espaciales y de servicios del casco histórico y frente de agua					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	22	88,0	88,0	88,0
	Bastante de acuerdo	3	12,0	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Crear una red de servicios básicos de atención al visitante (señalización, información turística) y localizar en los sitios estratégicos como museos y edificios patrimoniales.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	22	88,0	88,0	88,0
	Bastante de acuerdo	3	12,0	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

4. Propiciar convenios de formación e inducción hacia la actividad turística del capital humano tanto de los prestadores de servicios turísticos, los taxistas, guías turísticos, marinos, entre otros para mejorar la atención al cliente.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	22	88,0	88,0	88,0
	Bastante de acuerdo	3	12,0	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Facilidades Turísticas y Servicios Turísticos PARTE III					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	21	84,0	84,0	84,0
	Bastante de acuerdo	4	16,0	16,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Se requiere la construcción de hoteles categorizados y posadas turísticas, para dar impulso al desarrollo turístico y generar crecimiento – mejor calidad de vida en el desti	Mean	1,16	,095	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,96	
		Upper Bound	1,36	
	5% Trimmed Mean	1,08		
	Median	1,00		
	Variance	,223		
	Std. Deviation	,473		
	Minimum	1		
	Maximum	3		
	Range	2		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	3,143	,464	
	Kurtosis	9,969	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Promover alianzas estratégicas pluriactorales dirigidas a la promoción de proyectos que mejoren y amplíen la oferta de facilidades y equipamiento urbano que potencien las condiciones espaciales y de servicios del casco histórico y frente de agua	Mean	1,12	,066	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,98	
		Upper Bound	1,26	
	5% Trimmed Mean	1,08		
	Median	1,00		
	Variance	,110		
	Std. Deviation	,332		
	Minimum	1		
	Maximum	2		
	Range	1		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	2,491	,464	
	Kurtosis	4,563	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Crear una red de servicios básicos de atención al visitante (señalización, información turística) y localizar en los sitios estratégicos como museos y edificios patrimoniales.	Mean	1,12	,066	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,98	
		Upper Bound	1,26	
	5% Trimmed Mean	1,08		
	Median	1,00		
	Variance	,110		
	Std. Deviation	,332		
	Minimum	1		
	Maximum	2		
	Range	1		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	2,491	,464	
	Kurtosis	4,563	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Propiciar convenios de formación e inducción hacia la actividad turística del capital humano tanto de los prestadores de servicios turísticos, los taxistas, guías turísticos, marinos, entre otros para mejorar la atención al cliente.	Mean	1,12	,066	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,98	
		Upper Bound	1,26	
	5% Trimmed Mean	1,08		
	Median	1,00		
	Variance	,110		
	Std. Deviation	,332		
	Minimum	1		
	Maximum	2		
	Range	1		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	2,491	,464	
	Kurtosis	4,563	,902	

Lista 24. Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano

Promover el desarrollo y ejecución de proyectos para el acondicionamiento de la vialidad y señalización vial y turística del municipio					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	24	96,0	96,0	96,0
	Bastante de acuerdo	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Optimización la calidad de los servicios en el terminal lacustre para mejorar la accesibilidad directa con otros municipios del estado Zulia e Islas cercanas.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	24	96,0	96,0	96,0
	Bastante de acuerdo	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Ampliación y acondicionamiento en las instalaciones del terminal de pasajeros de Los Puertos como punto receptor del transporte público terrestre y mejoras en la calidad del servicio prestado para el desarrollo del turismo					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	21	84,0	84,0	84,0
	Bastante de acuerdo	4	16,0	16,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Dotar de servicios públicos y equipamiento como mobiliario urbano adecuado, en las principales áreas de los espacios turísticos tanto naturales como culturales					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	23	92,0	92,0	92,0
	Bastante de acuerdo	2	8,0	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Mejorar la imagen urbana del casco histórico de Atagracia, con la sustitución del sistema de cableados externos e luminarias, colocando unos acorde al espacio urbanístico.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	22	88,0	88,0	88,0
	Bastante de acuerdo	2	8,0	8,0	96,0
	Parcialmente de acuerdo	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Acondicionamiento de aceras para el peatón que faciliten la accesibilidad y ampliación de la colocación de adoquines en las calles para reforzar un ambiente histórico colonial.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	19	76,0	76,0	76,0
	Bastante de acuerdo	4	16,0	16,0	92,0
	Parcialmente de acuerdo	2	8,0	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Instalar áreas de apoyo como servicios de aseo personal en las playas del municipio, adaptándolos a la demanda social y turística					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	22	88,0	88,0	88,0
	Bastante de acuerdo	3	12,0	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Accesibilidad, Infraestructura básica de servicios y equipamiento urbano PARTE III					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente de acuerdo	22	88,0	88,0	88,0
	Bastante de acuerdo	3	12,0	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Descriptives	Statistic	Std. Error	
	Mean	1,04	
	Lower Bound	,96	
	Upper Bound	1,12	
	5% Trimmed Mean	1,00	
	Median	1,00	
	Variance	,040	
	Std. Deviation	,200	
	Minimum	1	
	Maximum	2	
	Range	1	
	Interquartile Range	0	
	Skewness	5,000	,464
	Kurtosis	25,000	,902

Promover el desarrollo y ejecución de proyectos para el acondicionamiento de la vialidad y señalización vial y turística del municipio

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Optimización la calidad de los servicios en el terminal lacustre para mejorar la accesibilidad directa con otros municipios del estado Zulia e Islas cercanas.	Mean	1,04	,040	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,96	
		Upper Bound	1,12	
	5% Trimmed Mean	1,00		
	Median	1,00		
	Variance	,040		
	Std. Deviation	,200		
	Minimum	1		
	Maximum	2		
	Range	1		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	5,000	,464	
	Kurtosis	25,000	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Ampliación y acondicionamiento en las instalaciones del terminal de pasajeros de Los Puertos como punto receptor del transporte público terrestre y mejoras en la calidad del servicio prestado para el desarrollo del turismo	Mean	1,16	,075	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,01	
		Upper Bound	1,31	
	5% Trimmed Mean	1,12		
	Median	1,00		
	Variance	,140		
	Std. Deviation	,374		
	Minimum	1		
	Maximum	2		
	Range	1		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	1,975	,464	
	Kurtosis	2,061	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Dotar de servicios públicos y equipamiento como mobiliario urbano adecuado, en las principales áreas de los espacios turísticos tanto naturales como culturales	Mean	1,08	,055	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,97	
		Upper Bound	1,19	
	5% Trimmed Mean	1,03		
	Median	1,00		
	Variance	,077		
	Std. Deviation	,277		
	Minimum	1		
	Maximum	2		
	Range	1		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	3,298	,464	
	Kurtosis	9,641	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Mejorar la imagen urbana del casco histórico de Altigracia, con la sustitución del sistema de cableados externos e luminarias, colocando unos acorde al espacio urbanístico.	Mean	1,16	,095	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,96	
		Upper Bound	1,36	
	5% Trimmed Mean	1,08		
	Median	1,00		
	Variance	,223		
	Std. Deviation	,473		
	Minimum	1		
	Maximum	3		
	Range	2		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	3,143	,464	
	Kurtosis	9,969	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Acondicionamiento de aceras para el peatón que faciliten la accesibilidad y ampliación de la colocación de adoquines en las calles para reforzar un ambiente histórico colonial.	Mean	1,32	,125	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,06	
		Upper Bound	1,58	
	5% Trimmed Mean	1,24		
	Median	1,00		
	Variance	,393		
	Std. Deviation	,627		
	Minimum	1		
	Maximum	3		
	Range	2		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	1,858	,464	
	Kurtosis	2,462	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Instalar áreas de apoyo como servicios de aseo personal en las playas del municipio, adaptándolos a la demanda social y turística	Mean	1,12	,066	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	,98	
		Upper Bound	1,26	
	5% Trimmed Mean	1,08		
	Median	1,00		
	Variance	,110		
	Std. Deviation	,332		
	Minimum	1		
	Maximum	2		
	Range	1		
	Interquartile Range	0		
	Skewness	2,491	,464	
	Kurtosis	4,563	,902	

PARTE IV. Potencial Turístico de los Recursos

Lista 25. Potencial Turístico de los recursos naturales

Recursos naturales Lago de Maracaibo					
		Fr	%	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	1	4,0	4,0	4,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	6	24,0	24,0	28,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	18	72,0	72,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Recursos naturales Clima					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tiene potencial turístico	1	4,0	4,0	4,0
	Potencial turístico muy bajo – para el nivel local	2	8,0	8,0	12,0
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	2	8,0	8,0	20,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	9	36,0	36,0	56,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	11	44,0	44,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Recursos naturales Área de Manglares (Buque)					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	1	4,0	4,2	4,2
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	14	56,0	58,3	62,5
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	9	36,0	37,5	100,0
	Total	24	96,0	100,0	
Missing	System	1	4,0		
Total		25	100,0		

Recursos naturales Ciénaga Los Olivitos					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	3	12,0	12,0	12,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	22	88,0	88,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Recursos naturales Playas de Quisiro					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tiene potencial turístico	1	4,0	4,0	4,0
	Potencial turístico muy bajo – para el nivel local	1	4,0	4,0	8,0
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	6	24,0	24,0	32,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	7	28,0	28,0	60,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	10	40,0	40,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Recursos naturales Playa Punta Vigía					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Potencial turístico muy bajo – para el nivel local	2	8,0	8,3	8,3
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	6	24,0	25,0	33,3
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	9	36,0	37,5	70,8
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	7	28,0	29,2	100,0
	Total	24	96,0	100,0	
Missing	System	1	4,0		
Total		25	100,0		

Potencial turístico de los Recursos Naturales PARTE IV					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	15	60,0	60,0	60,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	10	40,0	40,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Descriptives			Statistic	Std. Error
Recursos naturales Lago de Maracaibo	Mean		4,65	,119
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4,40	
		Upper Bound	4,90	
	5% Trimmed Mean		4,72	
	Median		5,00	
	Variance		,328	
	Std. Deviation		,573	
	Minimum		3	
	Maximum		5	
	Range		2	
	Interquartile Range		1	
	Skewness		-1,457	,481
	Kurtosis		1,411	,935

Descriptives			Statistic	Std. Error
Recursos naturales Clima	Mean		4,04	,239
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,55	
		Upper Bound	4,54	
	5% Trimmed Mean		4,15	
	Median		4,00	
	Variance		1,316	
	Std. Deviation		1,147	
	Minimum		1	
	Maximum		5	
	Range		4	
	Interquartile Range		1	
	Skewness		-1,278	,481
	Kurtosis		1,075	,935

Descriptives			Statistic	Std. Error
Recursos naturales Área de Manglares (Buque)	Mean		4,35	,119
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4,10	
		Upper Bound	4,60	
	5% Trimmed Mean		4,38	
	Median		4,00	
	Variance		,328	
	Std. Deviation		,573	
	Minimum		3	
	Maximum		5	
	Range		2	
	Interquartile Range		1	
	Skewness		-,132	,481
	Kurtosis		-,616	,935

Descriptives			Statistic	Std. Error
Recursos naturales Ciénaga Los Olivitos	Mean		4,87	,072
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4,72	
		Upper Bound	5,02	
	5% Trimmed Mean		4,91	
	Median		5,00	
	Variance		,119	
	Std. Deviation		,344	
	Minimum		4	
	Maximum		5	
	Range		1	
	Interquartile Range		0	
	Skewness		-2,351	,481
	Kurtosis		3,855	,935

Descriptives			Statistic	Std. Error
Recursos naturales Playas de Quisiro	Mean		4,00	,235
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,51	
		Upper Bound	4,49	
	5% Trimmed Mean		4,10	
	Median		4,00	
	Variance		1,273	
	Std. Deviation		1,128	
	Minimum		1	
	Maximum		5	
	Range		4	
	Interquartile Range		2	
	Skewness		-1,040	,481
	Kurtosis		,673	,935

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Recursos naturales Playa Punta Vigía	Mean	3,87	,202	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,45	
		Upper Bound	4,29	
	5% Trimmed Mean	3,91		
	Median	4,00		
	Variance	,937		
	Std. Deviation	,968		
	Minimum	2		
	Maximum	5		
	Range	3		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	-,378	,481	
	Kurtosis	-,782	,935	

Lista 26. Potencial Turístico de los recursos culturales tangibles

Recursos culturales tangibles Iglesia "Nuestra Señora de Altagracia"					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	2	8,0	8,0	8,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	9	36,0	36,0	44,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	14	56,0	56,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Recursos culturales tangibles PLAZA BOLIVAR					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tiene potencial turístico	1	4,0	4,0	4,0
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	7	28,0	28,0	32,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	11	44,0	44,0	76,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	6	24,0	24,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Recursos culturales tangibles PLAZA MIRANDA					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Potencial turístico muy bajo – para el nivel local	1	4,0	4,0	4,0
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	5	20,0	20,0	24,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	11	44,0	44,0	68,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	8	32,0	32,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Recursos culturales tangibles PLAZA ANA MARIA CAMPOS					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tiene potencial turístico	1	4,0	4,0	4,0
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	9	36,0	36,0	40,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	11	44,0	44,0	84,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	4	16,0	16,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Recursos culturales tangibles Museo Centro Histórico de Altagracia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	2	8,0	8,0	8,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	7	28,0	28,0	36,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	16	64,0	64,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Recursos culturales tangibles Museo del Hombre					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tiene potencial turístico	1	4,0	4,0	4,0
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	5	20,0	20,0	24,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	12	48,0	48,0	72,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	7	28,0	28,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Recursos culturales tangibles Casa Museo Gabriel Bracho					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	1	4,0	4,0	4,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	10	40,0	40,0	44,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	14	56,0	56,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Recursos culturales tangibles Casa la Mansión de los Lobos"					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tiene potencial turístico	2	8,0	8,3	8,3
	Potencial turístico muy bajo – para el nivel local	1	4,0	4,2	12,5
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	5	20,0	20,8	33,3
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	12	48,0	50,0	83,3
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y	4	16,0	16,7	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Arq. Luzardo Padrón, Manuel Alberto (2014).

	local)			
	Total	24	96,0	100,0
Missing	System	1	4,0	
Total		25	100,0	

Recursos culturales tangibles Bulevar costanero Padilla					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	4	16,0	16,0	16,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	10	40,0	40,0	56,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	11	44,0	44,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Recursos culturales tangibles Sector urbano Casco Histórico de Los Puertos de Atagracia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	2	8,0	8,0	8,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	5	20,0	20,0	28,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	18	72,0	72,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Potencial Turístico de los recursos culturales tangibles PARTE IV					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Potencial turístico muy bajo – para el nivel local	1	4,0	4,0	4,0
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	1	4,0	4,0	8,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	14	56,0	56,0	64,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	9	36,0	36,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Recursos culturales tangibles Iglesia "Nuestra Señora de Atagracia"	Mean	4,46	,134	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4,18	
		Upper Bound	4,74	
	5% Trimmed Mean	4,51		
	Median	5,00		
	Variance	,433		
	Std. Deviation	,658		
	Minimum	3		
	Maximum	5		
	Range	2		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	-,833	,472	
	Kurtosis	-,254	,918	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Recursos culturales tangibles PLAZA BOLIVAR	Mean	3,79	,190	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,40	
		Upper Bound	4,19	
	5% Trimmed Mean	3,86		
	Median	4,00		
	Variance	,868		
	Std. Deviation	,932		
	Minimum	1		
	Maximum	5		
	Range	4		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	-,957	,472	
	Kurtosis	2,126	,918	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Recursos culturales tangibles PLAZA MIRANDA	Mean	4,00	,170	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,65	
		Upper Bound	4,35	
	5% Trimmed Mean	4,05		
	Median	4,00		
	Variance	,696		
	Std. Deviation	,834		
	Minimum	2		
	Maximum	5		
	Range	3		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	-,490	,472	
	Kurtosis	-,168	,918	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Recursos culturales tangibles PLAZA ANA MARIA CAMPOS	Mean	3,67	,187	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,28	
		Upper Bound	4,05	
	5% Trimmed Mean	3,72		
	Median	4,00		
	Variance	,841		
	Std. Deviation	,917		
	Minimum	1		
	Maximum	5		
	Range	4		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	-,725	,472	
	Kurtosis	1,768	,918	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Recursos culturales tangibles Museo Centro Histórico de Altagracia	Mean	4,54	,134	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4,26	
		Upper Bound	4,82	
	5% Trimmed Mean	4,60		
	Median	5,00		
	Variance	,433		
	Std. Deviation	,658		
	Minimum	3		
	Maximum	5		
	Range	2		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	-1,165	,472	
	Kurtosis	,349	,918	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Recursos culturales tangibles Museo del Hombre	Mean	4,08	,146	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,78	
		Upper Bound	4,39	
	5% Trimmed Mean	4,09		
	Median	4,00		
	Variance	,514		
	Std. Deviation	,717		
	Minimum	3		
	Maximum	5		
	Range	2		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	-,125	,472	
	Kurtosis	-,912	,918	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Recursos culturales tangibles Casa Museo Gabriel Bracho	Mean	4,50	,120	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4,25	
		Upper Bound	4,75	
	5% Trimmed Mean	4,55		
	Median	5,00		
	Variance	,348		
	Std. Deviation	,590		
	Minimum	3		
	Maximum	5		
	Range	2		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	-,694	,472	
	Kurtosis	-,401	,918	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Recursos culturales tangibles Casa la Mansión de los Lobos"	Mean	3,63	,224	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,16	
		Upper Bound	4,09	
	5% Trimmed Mean	3,69		
	Median	4,00		
	Variance	1,201		
	Std. Deviation	1,096		
	Minimum	1		
	Maximum	5		
	Range	4		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	-1,105	,472	
	Kurtosis	1,154	,918	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Recursos culturales tangibles Bulevar costanero Padilla	Mean	4,25	,150	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,94	
		Upper Bound	4,56	
	5% Trimmed Mean	4,28		
	Median	4,00		
	Variance	,543		
	Std. Deviation	,737		
	Minimum	3		
	Maximum	5		
	Range	2		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	-,444	,472	
	Kurtosis	-,956	,918	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Recursos culturales tangibles Sector urbano Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia	Mean	4,63	,132	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4,35	
		Upper Bound	4,90	
	5% Trimmed Mean	4,69		
	Median	5,00		
	Variance	,418		
	Std. Deviation	,647		
	Minimum	3		
	Maximum	5		
	Range	2		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	-1,560	,472	
	Kurtosis	1,416	,918	

Lista 27. Potencial Turístico de los recursos culturales intangibles

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Devoción a la Virgen de Altagracia				
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	4	16,0	16,0	16,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	9	36,0	36,0	52,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	12	48,0	48,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	
Valid	Fiestas en honor a San Benito				
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	6	24,0	24,0	24,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	11	44,0	44,0	68,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	8	32,0	32,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	
Valid	Paseo de la Virgen de Altagracia por el lago				
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	3	12,0	12,0	12,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	11	44,0	44,0	56,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	11	44,0	44,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	
Valid	La Vuelta al Terruño y Feria popular				
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	2	8,0	8,0	8,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	15	60,0	60,0	68,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	8	32,0	32,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	
Valid	Celebración de la Semana Santa				
	Potencial turístico muy bajo – para el nivel local	2	8,0	8,0	8,0
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	3	12,0	12,0	20,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	13	52,0	52,0	72,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	7	28,0	28,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	
Valid	Vía Crucis viviente				
	Potencial turístico muy bajo – para el nivel local	2	8,0	8,0	8,0
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	4	16,0	16,0	24,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	13	52,0	52,0	76,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	6	24,0	24,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	
Valid	Gastronomía tradicional a base de pescado, comida en coco. Variedad de dulces postres				
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	2	8,0	8,0	8,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	10	40,0	40,0	48,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	13	52,0	52,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	
Valid	Juegos jocosos sector El Calvario				
	Potencial turístico muy bajo – para el nivel local	2	8,0	8,0	8,0
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	8	32,0	32,0	40,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	10	40,0	40,0	80,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	5	20,0	20,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

	Trato y hospitalidad de la gente	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tiene potencial turístico	1	4,0	4,0	4,0
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	4	16,0	16,0	20,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	16	64,0	64,0	84,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	4	16,0	16,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

	Modo de hablar del lugareño	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tiene potencial turístico	1	4,0	4,0	4,0
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	8	32,0	32,0	36,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	12	48,0	48,0	84,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	4	16,0	16,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

	Encuentro tradicional de decimistas	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Potencial turístico muy bajo – para el nivel local	2	8,0	8,0	8,0
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	3	12,0	12,0	20,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	12	48,0	48,0	68,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	8	32,0	32,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

	Encuentro regional de Chimbangles	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Potencial turístico muy bajo – para el nivel local	1	4,0	4,0	4,0
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	3	12,0	12,0	16,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	14	56,0	56,0	72,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	7	28,0	28,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

	Pelear de gallo	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tiene potencial turístico	1	4,0	4,0	4,0
	Potencial turístico muy bajo – para el nivel local	5	20,0	20,0	24,0
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	12	48,0	48,0	72,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	6	24,0	24,0	96,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

	Potencial Turístico de los recursos culturales intangibles PARTE IV	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Potencial turístico muy bajo – para el nivel local	1	4,0	4,0	4,0
	Potencial turístico bajo – para el nivel estatal (incluye local)	4	16,0	16,0	20,0
	Potencial turístico medio – para un nivel nacional (incluye estatal y local)	15	60,0	60,0	80,0
	Potencial turístico alto – para un nivel internacional (incluye nacional, estatal, y local)	5	20,0	20,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Descriptives	Statistic	Std. Error
Mean	4,32	,150
95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4,01
	Upper Bound	4,63
5% Trimmed Mean	4,36	
Median	4,00	
Variance	,560	
Std. Deviation	,748	
Minimum	3	
Maximum	5	
Range	2	
Interquartile Range	1	
Skewness	-,618	,464
Kurtosis	-,888	,902

Descriptives		Statistic	Std. Error
Fiestas en honor a San Benito	Mean	4,08	,152
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,77
		Upper Bound	4,39
	5% Trimmed Mean	4,09	
	Median	4,00	
	Variance	,577	
	Std. Deviation	,759	
	Minimum	3	
	Maximum	5	
	Range	2	
	Interquartile Range	2	
	Skewness	-,138	,464
	Kurtosis	-1,179	,902

Descriptives		Statistic	Std. Error
Paseo de la Virgen de Altagracia por el lago	Mean	4,32	,138
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4,04
		Upper Bound	4,60
	5% Trimmed Mean	4,36	
	Median	4,00	
	Variance	,477	
	Std. Deviation	,690	
	Minimum	3	
	Maximum	5	
	Range	2	
	Interquartile Range	1	
	Skewness	-,523	,464
	Kurtosis	-,688	,902

Descriptives		Statistic	Std. Error
La Vuelta al Terruño y Feria popular	Mean	4,24	,119
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,99
		Upper Bound	4,49
	5% Trimmed Mean	4,27	
	Median	4,00	
	Variance	,357	
	Std. Deviation	,597	
	Minimum	3	
	Maximum	5	
	Range	2	
	Interquartile Range	1	
	Skewness	-,108	,464
	Kurtosis	-,282	,902

Descriptives		Statistic	Std. Error
Celebración de la Semana Santa	Mean	4,00	,173
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,64
		Upper Bound	4,36
	5% Trimmed Mean	4,06	
	Median	4,00	
	Variance	,750	
	Std. Deviation	,866	
	Minimum	2	
	Maximum	5	
	Range	3	
	Interquartile Range	1	
	Skewness	-,837	,464
	Kurtosis	,581	,902

Descriptives		Statistic	Std. Error
Vía Crucis viviente	Mean	3,92	,172
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,56
		Upper Bound	4,28
	5% Trimmed Mean	3,97	
	Median	4,00	
	Variance	,743	
	Std. Deviation	,862	
	Minimum	2	
	Maximum	5	
	Range	3	
	Interquartile Range	1	
	Skewness	-,686	,464
	Kurtosis	,286	,902

Descriptives		Statistic	Std. Error
	Mean	4,44	,130
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4,17
		Upper Bound	4,71
	5% Trimmed Mean	4,49	
Gastronomía tradicional a base de pescado, comida en coco. Variedad de dulces postres	Median	5,00	
	Variance	,423	
	Std. Deviation	,651	
	Minimum	3	
	Maximum	5	
	Range	2	
	Interquartile Range	1	
	Skewness	-,747	,464
	Kurtosis	-,353	,902

Descriptives		Statistic	Std. Error
	Mean	3,72	,178
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,35
		Upper Bound	4,09
	5% Trimmed Mean	3,74	
Juegos jocosos sector El Calvario	Median	4,00	
	Variance	,793	
	Std. Deviation	,891	
	Minimum	2	
	Maximum	5	
	Range	3	
	Interquartile Range	1	
	Skewness	-,158	,464
	Kurtosis	-,597	,902

Descriptives		Statistic	Std. Error
	Mean	3,88	,167
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,54
		Upper Bound	4,22
	5% Trimmed Mean	3,96	
Trato y hospitalidad de la gente	Median	4,00	
	Variance	,693	
	Std. Deviation	,833	
	Minimum	1	
	Maximum	5	
	Range	4	
	Interquartile Range	0	
	Skewness	-1,645	,464
	Kurtosis	5,213	,902

Descriptives		Statistic	Std. Error
	Mean	3,72	,178
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,35
		Upper Bound	4,09
	5% Trimmed Mean	3,78	
Modo de hablar del lugareño	Median	4,00	
	Variance	,793	
	Std. Deviation	,891	
	Minimum	1	
	Maximum	5	
	Range	4	
	Interquartile Range	1	
	Skewness	-,927	,464
	Kurtosis	2,342	,902

Descriptives		Statistic	Std. Error
	Mean	4,04	,178
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,67
		Upper Bound	4,41
	5% Trimmed Mean	4,10	
Encuentro tradicional de decimistas	Median	4,00	
	Variance	,790	
	Std. Deviation	,889	
	Minimum	2	
	Maximum	5	
	Range	3	
	Interquartile Range	1	
	Skewness	-,856	,464
	Kurtosis	,439	,902

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Encuentro regional de Chimbangles	Mean	4,08	,152	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,77	
		Upper Bound	4,39	
	5% Trimmed Mean	4,13		
	Median	4,00		
	Variance	,577		
	Std. Deviation	,759		
	Minimum	2		
	Maximum	5		
	Range	3		
	Interquartile Range	1		
	Skewness	-,759	,464	
	Kurtosis	1,062	,902	

Descriptives		Statistic	Std. Error	
Peleas de gallo	Mean	3,04	,178	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	2,67	
		Upper Bound	3,41	
	5% Trimmed Mean	3,04		
	Median	3,00		
	Variance	,790		
	Std. Deviation	,889		
	Minimum	1		
	Maximum	5		
	Range	4		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	-,082	,464	
	Kurtosis	,275	,902	