ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ

DIRECCIÓN DE CARRERA: INGENIERÍA EN TURISMO

INFORME DE TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN TURISMO

MODALIDAD:

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

DESARROLLO DE PRODUCTOS PARA EL FOMENTO DEL TURISMO RURAL EN EL DESTINO PUERTO LÓPEZ

AUTORES:

CEDEÑO SALVATIERRA BYRON JAVIER

DIAZ CEVALLOS JENNIFER SOPHIA

TUTOR:

LIC. IVAN ORLANDO MENDOZA MONTESDEOCA, MG.

CALCETA, DICIEMBRE2019

DERECHOS DE AUTORÍA

Byron Javier Cedeño Salvatierra y Jennifer Sophía Díaz Cevallos, declaran bajo juramento que el trabajo descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente cedemos los derechos de propiedad intelectual a la Escuela Superior Politécnica de Manabí Manuel Félix López, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su reglamento.

…… ……..

Byron J. Cedeño Salvatierra Jennifer S. Díaz Cevallos

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

LIC. IVÁN O. MENDOZA MONTESDEOCA, MG, certifica haber tutelado el proyecto**"DESARROLLO DE PRODUCTOS PARA FOMENTAR EL TURISMO RURAL EN EL DESTINO PUERTO LOPEZ",** que ha sido desarrollada por Byron JavierCedeño Salvatierra y Jennifer SophíaDíaz Cevallos, previa la obtención del título de Ingeniero en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN ESPECIAL**de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

……..

Lic. Iván O. Mendoza Montesdeoca, Mg

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos miembros del tribunal correspondiente, declaramos que hemos APROBADO el trabajo de titulación**"DESARROLLO DE PRODUCTOS PARA EL FOMENTO DEL TURISMO RURAL EN EL DESTINO PUERTO LOPEZ",** que ha sido propuesta, desarrolladay sustentada por Byron Javier Cedeño Salvatierra y Jennifer SophìaDíaz Cevallos, previa a la obtención del título de Ingeniero en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN**de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

…… ……

Mg. Maribel Mejía Ramos Mg. Yadira Párraga Basurto
Miembro del Tribunal Miembro del Tribunal

……..
Mg. Yamil DoumetChilan
Presidente del Tribunal

AGRADECIMIENTO

A nuestros padres, parejas y demás familiares por siempre apoyarnos y motivarnos cada día a alcanzar nuestros anhelos.

A la Escuela Superior Politécnica de Manabí Manuel Félix López que nos dio la oportunidad de una educación superior de calidad y en la cual hemos forjado conocimientos profesionales día a día.

A sus docentes que han sido pilar fundamental en nuestra formación profesional y que fueron guías y ejemplo en todo momento. De igual manera agradecer a nuestro profesor de investigación y de tesis de grado.

A todas las personas, amigos y compañeros que aportaron con su granito de arena para la realización de este logro a todos ellos.

A Dios porque sin la fortaleza y bendición en cada momento de nuestras vidas no seríamos capaces de vencer obstáculos y sobrepasar barreras que se presenten en el camino, muchas gracias.

…… ……..

Byron J. Cedeño Salvatierra Jennifer S. Díaz Cevallos

DEDICATORIA

A nuestros padres por la sabiduría que les acompaña y la cual nos han brindado a nosotros en el trayecto de la vida, por su entrega y apoyo en el cumplimiento de nuestras vidas.

A toda nuestra familia en general por cada palabra de aliento y consejos que nos impulsaron a seguir adelante y cumplir con nuestros objetivos.

A Dios porque sin la fortaleza y bendición en cada momento de nuestras vidas no seríamos capaces de vencer obstáculos y sobrepasar barreras que se presenten en el camino, muchas gracias.

……. …….

Byron J. Cedeño Salvatierra Jennifer S. Díaz Cevallos

CONTENIDO GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA ii

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR iii

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL iv

AGRADECIMIENTO v

DEDICATORIA vi

CONTENIDO GENERAL vii

CONTENIDO DE CUADROS Y FIGURAS CUADROS ix

RESUMEN xi

PALABRAS CLAVES xi

ABSTRACT xii

KEY WORDS xii

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES 1

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 1

1.2 . JUSTIFICACIÓN ..... ¡Error! Marcador no definido.

1.3 . OBJETIVOS 9

1.3.1 OBJETIVO GENERAL 9

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 9

1.3.3 . IDEA A DEFENDER 9

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO 10

2.1. DESARROLLO TURISTICO DEL CANTÓN PUERTO LÓPEZ 11

2.2. PROMOCIÓN TURÍSTICA 13

2.3. DESARROLLO DE PRODUCTOS 15

2.4. PLANIFICACIÓN 21

2.5. PLANIFICACIÓN TURÍSTICA 25

2.6. NUEVAS TENDENCIAS EN TURISMO 31

2.7. PRODUCTOS DE TURISMO RURAL 37

2.8. IMPORTANCIA DEL TURISMO RURAL EN MANABÍ 41

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO 44

3.1. ANTECEDENTES METODOLÓGICOS REFERENCIALES 44

3.1.1. ANALISIS DE LAS METODOLÓGIAS EN CONSIDERACIÓN 44

3.2. PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS 48

3.3. DESCRIPCIÓN DE LAS FASES DE INVESTIGACIÓN 49

FASE I. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO INTEGRAL 49

FASE II. DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO 49

FASE III. PLAN DE ACCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO 49

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 50

4.1. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO INTEGRAL 50

4.1.1. ANÁLISIS TERRITORIAL DEL DESTINO TURÍSTICO 50

4.1.2. IDENTIFICACIÓN DE LOS ESPACIOS RURALES DE PUERTO LÓPEZ 61

4.1.3. ANÁLISIS INTEGRAL FODA 66

4.2. DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO 70

4.2.1. ESTUDIO DE MERCADO TURÍSTICO 70

4.2.1.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA 70

4.2.1.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA 73

4.2.2. ANÁLISIS DE INVERSIONES. 76

4.2.3. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE ESPACIOS INVENTARIADOS 77

4.2.4. DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL ÁREA DE ESTUDIO 82

4.2.4. IDENTIFICACIÓN DE LAS 4P DEL MARKETING 92

4.3. PLAN DE ACCIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO 98

4.3.1. CONSOLIDACIÓN Y VALIDACIÓN DEL PLAN DE TRABAJO 99

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 102

CONCLUSIONES 102

BIBLIOGRAFÍA 105

ANEXOS 111

CONTENIDO DE CUADROS Y FIGURASCUADROS

Cuadro 1. Establecimientos agropecuarios dedicados al turismo rural en Latinoamérica 1
Cuadro 2. Niveles de productos.....17
Cuadro 3. Etapa de diseño del producto 20
Cuadro 4. Matriz comparativa del concepto de Planificación 21
Cuadro 5. Tipología de consumidores 35
Cuadro 6. Matriz comparativa.....36
Cuadro 7. Tendencias turísticas.....36
Cuadro 8. Metodologías para el desarrollo de productos para el fomento del turismo rural en el destino Puerto López 46
Cuadro 9. Leyenda de criterios.....47
Cuadro 10. Matriz de integración de criterios 47
Cuadro 11.Metodología para el desarrollo de productos para el fomento del turismo rural en el destino Puerto López. 48
Cuadro 12. Datos generales.....51
Cuadro 13. Salud 56
Cuadro 14. Accesibilidad 57
Cuadro 15. Resumen de preguntas de las entrevistas a gestores públicos 57
Cuadro 16. Resumen de preguntas de las entrevistas a prestatarios de servicios.....59
Cuadro 17. Resumen de cronograma 61
Cuadro 18. Ponderación de la matriz FODA 67
Cuadro 19. FODA.....67
Cuadro 20. Resultado de FODA 69
Cuadro 21. Perfil del turista que visita a Puerto López 71
Cuadro 22.Oferta de actividades turística en Puerto López.....74
Cuadro 23.Catastro Turístico del Cantón Puerto López.....75
Cuadro 24.Descripción de gasto.....77
Cuadro 25.Matriz de potencialidades.....78
Cuadro 26. Matriz de comparación entre productos y mercado 79
Cuadro 27. Matriz de destino 80
Cuadro 28. Matriz de evaluación de infraestructura y servicio 81
Cuadro 29. Matriz para la priorización de productos turísticos. 82
Cuadro 30. Producto uno.....88
Cuadro 31. Producto.....89
Cuadro 31. Producto #2 91
Cuadro 32. Costeo del producto #1.....92
Cuadro 33. Costeo del producto #2.....93

Cuadro 34. Plan de trabajo 99

FIGURAS

Figura 1. Hilo Conductor del Marco Teórico referencial.....10
Figura 2. Llegada de turistas a Puerto López. 12
Figura 3. Elementos de la promoción turística.....14
Figura 4. Marketing mix.....15
Figura 5. Ciclo de vida de un producto turístico.....17
Figura 6. Clasificación de la planificación. 23
Figura 7. Etapas estratégicas. 24
Figura 8. Evolución del turismo. 25
Figura 9. Factores de la planificación turística.....28
Figura 10. Actividades del turismo rural 38
Figura 11. Mapa cantón Puerto López Fuente: Visor mapas IEE 50
Figura 12. Ponderación Matriz FODA 68
Figura 13. Logotipo de productos Turísticos Fuente: Elaboración propia 96

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo desarrollar productos para el fomento del turismo rural en el destino Puerto López generando una dinamización de la economía local. El tipo de investigación adoptada fuemixta con enfoque descriptivo en la que se plantearon tresfases, comenzando con el diagnósticoturísticointegral que a través de varios instrumentospermitió determinar, que pese a la limitación de productos turísticos alternativos, Puerto Lópezreúne las condiciones necesarias y básicas referentes a los elementos del sistema turístico con ciertas deficiencias en donde los problemas radican en la incipienteplanificación y toma de decisión, así también se identificó 12 atractivos naturales y 8 culturales dentro de su entorno rural. La segunda fase corresponde al diseño de productos turísticos en base al estudio de la oferta y la demanda además del análisis del potencial turístico. Como potencial mayor se destacan el Parque Nacional Machalilla y la playa Los Frailes y como potencialidad emergente se encuentra el Bosque Nublado de San Sebastián y la playa de Puerto López. En base al estudio del cantón se realizó la propuesta La Bahía del encanto y Tour Puerto López Rural en el que se despliegan actividades de aventura gozando de la playa, las montañas y la gastronomía típica de la zona. La plaza se enfoca en puntos estratégicos de Manabí. La fase tres corresponde al plan de acción, en el que se establece una serie de actividades que permiten la puesta en marcha de los productos turísticos el cual representa un costo total de $64.100,00.

PALABRAS CLAVES

Mercado turístico, desarrollo destino, producto turístico rural.

ABSTRACT

The objective of this research was to develop products for the promotion of rural tourism in the destination of Puerto López, generating a dynamisation of the local economy. They type of research adopted was mixed with a descriptive approach in which three phases were proposed, beginning with the comprehensive tourism diagnosis that, through several instruments, allowed to determine, that despite the limitation of alternative tourism products, Puerto López meets the necessary conditions and basic references to the elements of the tourist system with certain deficiencies where the problems lie in the incipient planning and decision-making process, 12 natural and 8 cultural attractions within its rural environment were also identified. The second phase corresponds to the design of tourism products based on the study of supply and demand in addition to the analysis of tourism potential. The Machalilla National Park and Los Frailes Beach stand out as the greatest potential, and the San Sebastian Cloudy Forest and Puerto López Beach are the emerging potential. Based on the study of the canton, the proposal La Bahía del Encanto and Tour Puerto López Rural were carried out, in which adventure activities are displayed as enjoying the beach, the mountains and the typical gastronomy of the area. The plaza focuses on strategic points in Manabí. Phase three corresponds to the action plan, which establishes a series of activities that allow the implementation of tourism products which represents a total cost of $ 64,100.00.

KEY WORDS

Tourism market, destination development, rural tourism product.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El turismo rural es relativamente reciente y se remonta a la década de los ochenta del siglo XX, surge en países de menor desarrollo de América Latina, África y Asia, en contextos rurales habitados por comunidades campesinas y pueblos originarios (Azevedo, 2007; Cañada, 2012).

Su surgimiento se relaciona con aspectos en que la mayoría de las comunidades rurales han registrado un deterioro de su calidad de vida debido a la crisis del sector agropecuario y las limitaciones que presentan las políticas públicas para atender e impulsar adecuadamente la difícil situación por la que transitan y también a los territorios propiedad de comunidades campesinas e indígenas, estos territorios albergan importantes recursos forestales, mineros, energéticos y agrícolas que se han visto inmersos en una creciente mercantilización debido a los proyectos de inversión desplegados por el estado y empresas privadas nacionales y trasnacionales.

Todo esto ha generado modelos extractivos, procesos de despojo, desplazamientos involuntarios de población y profundos impactos ambientales y ecológicos. Esto incluye los proyectos de turismo a gran escala comandado por grandes cadenas hoteleras y empresas inmobiliarias, que han generado transformaciones adversas en los espacios donde se logran implantar.

En América latina se ha desarrollado la modalidad del turismo rural con énfasis en Argentina en la que se articulan los organismos gubernamentales como son la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos y la Secretaría de Turismo para poder llevar a cabo los proyectos de turismo rural. Actualmente hay 6 países que cuentan con establecimientos agropecuarios dedicados al turismo rural, (Barrera y Muratore 2002) Ver cuadro 1

Cuadro 1. Establecimientos agropecuarios dedicados al turismo rural en Latinoamérica

Argentina	840 anotados en un registro voluntario. Estimados 1500
Brasil	350
Chile	200 de agroturismo. La página web del INDAP contabiliza entre 460 entre los cuales existen productores y otros que no lo son
México	100-300
Paraguay	30
Uruguay	100

Fuente: Barrera y Muratore2002

Las actividades agrícolas en el Ecuador se limitan a realizar solo la venta del producto llegando al punto máximo de exportación haciendo que los agricultores dependan de esto para subsistir, existiendo otra posibilidad como la generación de interés de turistas por las labores agrícolas y generar un ingreso económico a las comunidades por turismo. Es necesario hacer énfasis en que la actividad turística en las zonas rurales crea un impacto positivo ya que las comunidades ofrecerían los servicios de alojamiento, alimentación, transporte lo que generará fuentes de trabajo y por ende una mejora de la calidad de vida de la población de las zonas rurales.

De acuerdo Renda y Teotónio (2017) el turismo rural se da en los espacios alejados de las grandes ciudades en donde existe una cultura local con formas de vidas, y actividades que son el pilar de su economía, las mismas que son aprovechadas por la actividad turística, ya que el ser humano no solo busca obtener una experiencia sino también sentirse en un ambiente tranquilo y propicio para liberarse del estrés de la ciudad. (p 848). Este tipo de turismo genera en el visitante una atracción desde el punto de vista natural y social permitiendo un intercambio de conocimiento y generando un pensamiento más alineado a la sostenibilidad local.

Noblecilla, et al. (2017), menciona que elEcuador cada vez incrementa la demanda de la nueva tendencia de turismo rural que apunta al crecimiento económico de las zonas y a la vez haciendo que las condiciones de los

productos y servicios sean favorables para el recibimiento de turistas. (p 49). Pero, aun así, el país no ha fortalecido el turismo rural debido a la carencia de la calidad de servicios turísticos y la predisposición de las comunidades inmersas.

El sector que tiene más acogida en el ámbito del turismo rural es en la región sierra ya que en esta las condiciones se prestan para ello; una de las zonas que tiene potencial para implementar el turismo rural es la Costa, debido a que gran parte de ésta cuenta con los elementos propios como identidad cultural, gastronomía típica, folklore, costumbres y tradiciones, entre otros; que de manera planificada y en conjunto con los actores sociales se podría apuntar a esta modalidad, pero hay falencias en los pocos destinos que ofertan el turismo rural ya que no se realizan los estudios pertinentes para conocer la calidad y diversificación de los productos y servicios turístico que éste ofrece. (Guevara, Castillo y Castillo, 2017, p 50).

Sin embargo, en la provincia de Manabí no se lleva un reconocimiento basado en los atractivos turísticos para la zona rural, en la que se plantee la promoción turística para desarrollar dicha actividad, aquello no ha sido identificado por las autoridades municipales necesario para impulsar el turismo en las comunidades o cantones donde se lleva a cabo dicha actividad.

En la provincia no existe variedad de productos turísticos y de acuerdo con el PLANDETUR 2020, es catalogado como un producto estrella a la Ruta del Spondylus en la que su característica corresponde a turismo de sol y playa. Es notable la limitación de proyectos de desarrollo turístico en la provincia.

El Turismo Rural suele ser observado como un producto turístico más, que podría alcanzar entre el 3% y el 5% del ingreso turístico total, aportando a la diversificación del producto turístico del país. De esta manera se da una pauta para nuevos procesos de diversificación de los productos y servicios, genera el atractivo o interés en los turistas desarrollándose de tal manera que pueda posicionarse como un destino turístico rural (Ferrario, 2008, p 8).

Uno de los cantonesen el que se puede realizar varias modalidades de turismo es en Puerto López, pero, no se ve una oferta que diversifique los productos del turismo rural dejando de lado este espacio que puede aprovecharse de manera segura además este cantón a pesar del potencial que éste tiene es notable el retraso de su desarrollo turístico, pese a que carece de infraestructura básica turística. (Burgos, 2015, p 2).

En el cantón se divisan algunas falencias que limitan las actividades turístico local, sin embargo es visitado por turistas nacionales e internacionales en la cual su producto más ofertado es el avistamiento de ballenas ofertados por operadoras turísticas privadas, además de visitas al parque Nacional Machalilla y la playa los Frailes, pues Puerto López es un atractivo de sol y playa lo que se limita al desarrollo de productos turísticos alternativos o diversificados generado por el desinterés de parte de las autoridades como de la comunidad en base al turismo rural provocando que los visitantes busquen otros destinos reduciendo la demanda hacia este tipo de turismo.

Por otra parte los profesionales y guías nativos tienen una deficiente preparación en cuanto a idiomas tomando en cuenta que el destino es visitado en su mayoría por turistas extranjeros, lo que genera la insatisfacción y molestia en la comunicación entre ambas partes, a pesar de que el cantón Puerto López cuenta con una gran afluencia de visitas y se encuentra más desarrollado en el ámbito turístico que otros cantones de Manabí, es notorio la insuficiencia de señalización turística, tanto en senderos como en los alrededores dando como consecuencia la desorientación de los turistas y reducción de la visita a los lugares de interés.

Es importante hacer énfasis que la ciudad no cuenta con una promoción turística adecuada punto fundamental para la difusión del destino y reconocimiento a nivel nacional convirtiéndose en un factor que provoca el descornamiento del cantón y obteniendo una baja en los índices de visitas turísticas en la localidad. De la misma manera se puede enfatizar que Puerto

López cuenta suficiente infraestructura turística como hoteles, restaurantes y bares, pero lamentablemente la calidad de la prestación de estos servicios es deficiente lo que provoca una insatisfacción y molestia por parte del turista.

Otra de las problemáticas son las vías de acceso hacia las comunidades y las vías de segundo orden no se encuentran en buen estado lo que hace difícil el acceso de los turistas hacia las comunidades así también se encuentra escasa gestión de los recursos y por ende de los productos turísticos en el cantón por parte de las entidades pertinentes lo que provoca una limitación de oferta de productos a los visitantes.

No existe una articulación de los actores del turismo del cantón, es decir la comunidad con la empresa pública y privada no trabajan con un objetivo en común, en cambio lo realizan de manera individual dejando que se perciba una desorganización y desacuerdos entre las partes. La problemática más destacada del cantón es la insuficiencia de productos turísticos basados en el turismo rural ya que solo se inclinan por el turismo de sol y playa favoreciendo a la urbe y dejando en bajo desarrollo de las comunidades rurales.

El abordaje de este objeto de estudio se orienta hacia un relevamiento de los establecimientos que se dedican al turismo rural en el área del cantón Puerto López sus actividades y los servicios que ofrecen, en donde también es visible carencias de estrategias que permitan el desarrollo de productos con el propósito de sostener la competitividad turística de la zona de una forma integrada. A partir de esto, el destino deberá ofrecer variedad de alternativas como requiera la segmentación o satisfacciones de la demanda, para ello se planteó la siguiente interrogante.

Una vez considerado todos los aspectos detallados en el presente trabajo: ¿De qué manera el desarrollo de productos turísticos, contribuirá al fomento del turismo rural del destino Puerto López?

1.2 . JUSTIFICACIÓN

La justificación Teórica basa su aporte en fuentes primarias y en el desarrollo de la investigación hace un paralelismo con la teoría de Varisco (2016) en la que plantea todos los elementos que asocian al turismo rural viéndolo como un sistema práctico y productivo para las comunidades apoyando a la diversificación de productos para el fomento de esta actividad y generar el bienestar común. El turismo rural se perfila como una alternativa económica de las comunidades rurales permitiendo revitalizar economías de pequeña escala, al actuar como actividad complementaria del ingreso familiar que, al mismo tiempo permite mantener las actividades tradicionales de la población rural y fortalecer la estructura del sistema productivo. Esta modalidad abre la oportunidad de hacer un uso sostenido de los recursos locales a partir de la valorización del Patrimonio Cultural y Natural. Generando empleo en zonas rurales que contribuyen a mejorar notablemente la calidad de vida de los habitantes del sector rural. Es de esta manera que se establece una base teórica donde requiere la disponibilidad de temas referentes a la elaboración de productos turísticos rurales los mismos que servirán como apoyo a los futuros proyectos o investigaciones para el fomento de la actividad turística del cantón Puerto López aportando a la solución de problemas existentes.

La justificación metodológica que se aplicará se respalda en las planteadas porHernández (2010), Plaza (2013)Dellepiani (2014) y Campos y Gonzales (2015), la misma que presentan investigaciones similares y permitirá el direccionamiento y recorrido a seguir, elaborada en tres fases donde se aplicaran actividades, métodos, técnicas y herramientasadecuadas para lograr la realización de una propuesta de productos turísticos en la zona rural para el cantón Puerto López implementando estrategias para fortalecer la actividad turística desarrollándola desde la perspectiva sostenible beneficiándose tanto los establecimientos de servicios turísticos como la comunidad en general ya que generaría una dinamización en la economía local.

La justificación práctica de la presente investigación propone estrategias orientadas al desarrollo de productos turísticos rurales del cantón Puerto López de la provincia de Manabí, basado en los servicios a adquirir condicionados a gustos y preferencias de los visitantes, siendo estos los beneficiados directos. Los prestadores de servicios turísticos podrán desarrollarse dentro del mercado con una oferta de nuevos productos, así como los emprendedores podrán aprovechar e involucrarse dentro de este sector. También la realización de esta investigación aportará para realizar alianzas entre el sector público y privado con la participación de la comunidad y poder desarrollar un turismo rural sostenible y planificado en donde el cantón se destacará por los logros obtenidos. Este trabajo será de gran valor para la administración local de cada uno de los prestadores de servicios, ya que a través de las estrategias propuestas pueden conocer las necesidades de los turistas, con el fin de incrementar productos y servicios. Por la importancia de esta investigación, esta propuesta servirá como complemento teórico para la elaboración de otras propuestas que están encaminadas al desarrollo de productos turísticos rurales del cantón Puerto López de la provincia de Manabí.

La justificación legal del presente trabajo se afianza en el Art. 74 de la Constitución de la República del Ecuador (2008) en la que se señala que todos los ciudadanos del Ecuador tienen el derecho de obtener beneficios de los recursos de carácter natural y el ambiente en general.Por tanto, la propuesta del desarrollo de productos se basa en el uso de los recursos naturales beneficiándose los turistas y locales haciéndola de manera sostenible para evitar el degrado de los recursos. Así también sobre la Ley de Turismo (2002) en el Art 4. En el que se reconoce que la actividad turística debe potencializarse a partir de la utilización de óptimas herramientas e instrumentos, refiriéndose así a diferentes procesos como la ordenación, planificación y gestión. De manera que la propuesta de la creación de productos turísticos será previamente planificada y gestionada con las autoridades competentes de la localidad. Desarrollándose de manera efectiva y

organizada en el que se beneficiará las comunidades rurales con su efectiva ejecución.

Y de acuerdo a lo establecido por PLANDETUR 2020 propuesto por el MINTUR (2007) el cual manifiesta al turismo como un eje dinamizador en la política socio-económica, productiva, y de desarrollo humano. Dando oportunidad al crecimiento social y económico de las comunidades que hacen la zona rural del Cantón.

La justificación socioeconómica de este trabajo de titulación, basa su aporte a través dela creación de productos que aportarán con elementos para el desarrollo turístico enfocados especialmente en el turismo rural, fomentando el progreso de la actividad, el crecimiento local y la mejora de la calidad de vida. A su vez la actividad de por sí genera impactos positivos entre lo que destaca el económico, por lo que la propuesta buscara promover el turismo en el destino de una manera comunitaria generando ingresos netamente para el entorno local y potenciando el emprendimiento y la asociatividad entre familias.

1.3 . OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar productos parael fomento del turismo rural en el destino Puerto López.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluarel sistema turístico del destino Puerto López, que permita el diseño de actividades y servicios de turismo rural.
- Crear productos turísticos de acuerdo a la evaluación del potencial rural del destino Puerto López.
- Definir líneas estratégicas que permitan la correcta gestión de productos de turismo rural en el destino Puerto López.

1.3.3 IDEA A DEFENDER

Si se desarrollan productos turísticos entonces se podría fomentar el turismo rural en el destinoPuerto López.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Se establecen los tópicos que forman parte del marco teórico referencial, que ayudará tanto al investigador y lector a tener conocimiento de lo que se pretende realizar en la investigación, que consiste en el desarrollo de productos y servicios para el fomento del turismo rural en el destino Puerto López.

A continuación, se muestra las temáticas a través del hilo conductor de la investigación (figura 2.1)

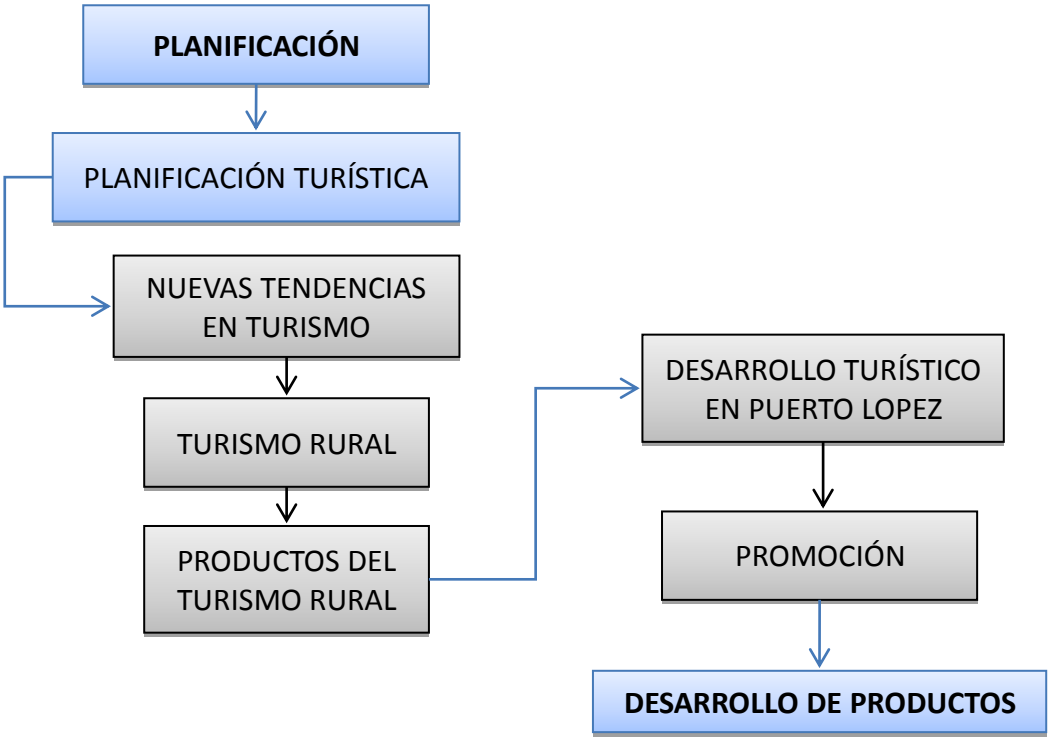


Figura 1. Hilo Conductor del Marco Teórico referencial

Fuente: elaboración propia

2.1. DESARROLLO TURISTICO DEL CANTÓN PUERTO LÓPEZ

El cantón Puerto López se ha posicionado como un destino de sol y playa en sus inicios, luego la comuna Agua Blanca se unió para desarrollar un turismo comunitario y aprovechar los recursos naturales y culturales que poseen, además de contar con la playa de los Frailes que se destaca por tener arena de tonalidad blanca lo que resulta atractivo.

Este cantón es muy atractivo por la cantidad de paisajes y recursos naturales y uno de ellos y el primordial es el festival de observación de ballenas jorobadas. Uno de los productos que últimamente se ha estado incentivando es la Ruta del Colibrí que es una ruta ciclística en la que cada año hacen competencias para fomentar el turismo deportivo. El atractivo que es preferido por los extranjeros es la visita a la isla de plata en donde se la denomina como Galápagos chiquito por ser similares en flora y fauna, esta isla posee colonias de piqueros de patas azules, de fragatas, piqueros enmascarados, y albatros.

Los operadores turísticos cuentan con una gama de productos para ofrecer a sus turistas y los meses en los que más hay afluencia de turista en el mes de junio hasta el mes de agosto.

El desarrollo turístico en este cantón como se puede ver ha sido ventajoso ya que la comunidad ha sabido trabajar en articulación con los actores del turismo en conjunto. Las comunidades del sector son organizadas y gestionan las actividades turísticas que se desea realizar. Por otro lado, los entes públicos como el departamento turístico del cantón, apoyado a varias iniciativas dadas por los moradores para la mejora de los servicios y productos.

Después del terremoto del 16 A el flujo de turistas disminuyó, por el temor existente en los moradores y visitantes. A partir de ese momento la ciudad ha tenido un descuido con la imagen del cantón encontrando falencias en los productos turísticos. De acuerdo con la información dado por el Ministerio de

Turismo en el año 2015 hubo un ingreso de 32.000 turistas extranjeros con la motivación de realizar el avistamiento de ballenas que es uno de los principales productos turísticos que oferta el cantón Puerto López.

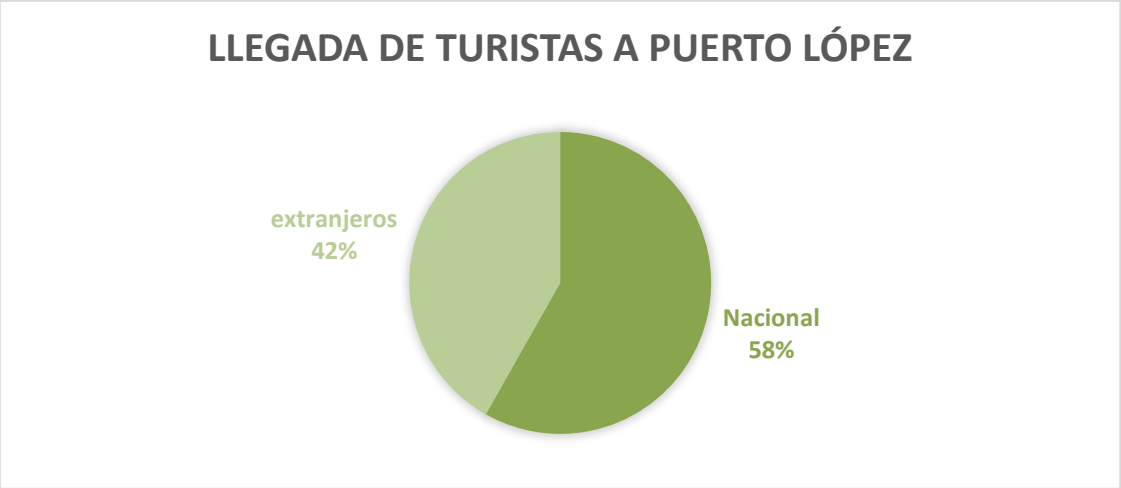


Figura 2. Llegada de turistas a Puerto López.

Fuente: a partir de Ministerio de Turismo 2015

El total de visitas nacionales fue del 58% mientras que las visitas de extranjeros fueron del 42%, “de países como Estados Unidos, Argentina, Alemania, Colombia, Francia, Holanda, Canadá, Israel, España entre otros” (ministerio de turismo 2015).

Es palpable la presencia de turistas internacionales que van en búsqueda de nuevas experiencias en este destino siendo el principal atractivo el avistamiento de ballenas.

La planificación turística en esta ciudad es deficiente aún, ya que se necesita de detalles como la limpieza de la playa, establecer un área de descamado de peces en otras áreas, enmarcar una zona de playa para turismo, cobertura de servicios básicos, entre otros. Los turistas al ingresar al cantón le presentan una gama de productos y servicios abriendo el abanico de opciones para escoger, pero el mantenimiento, seguimiento y control hay una carencia.

2.2. PROMOCIÓN TURÍSTICA

Los seres humanos tenemos un comportamiento reaccionado ante las publicidades o promoción sobre un producto o servicio. Hoy en día la publicidad se encuentra en todos lados ya sea en la tv, radio, redes sociales, vallas publicitarias entre otras. Estas pueden llegar a ser muy costosas y es por esa razón que al crear una empresa o destino en este caso se debe planificar el presupuesto y tomar en cuenta a la promoción para poder ser reconocidos.

Cuando tenemos claro el producto turístico que se quiere dar a conocer se debe identificar el mercado al que se quiere llegar y determina un mercado objetivo al cual se le presentará el producto para su conocimiento a través de medios ya seas de comunicación o información (Caro, Luque, Sayas, 2015, p 932). Esta estrategia ayuda a que el turista forme un interés y sus posibilidades de acudir se vuelvan reales. La promoción turística es un término que se utiliza para determinar un sistema de promoción y comunicación de un producto en el ámbito turístico.

La promoción turística debe ser planifica en la que se enmarca como marketing turístico en cual debe enmarcar metas que se quieren cumplir con la aplicación de la promoción en el que se identifica los posibles consumidores. Así también analizar los medios que se utilizan para realizar publicidad estableciendo un presupuesto expresamente para ello y finamente ver los resultados de este proceso.

A continuación se dan a conocer los elementos de la promoción turística:

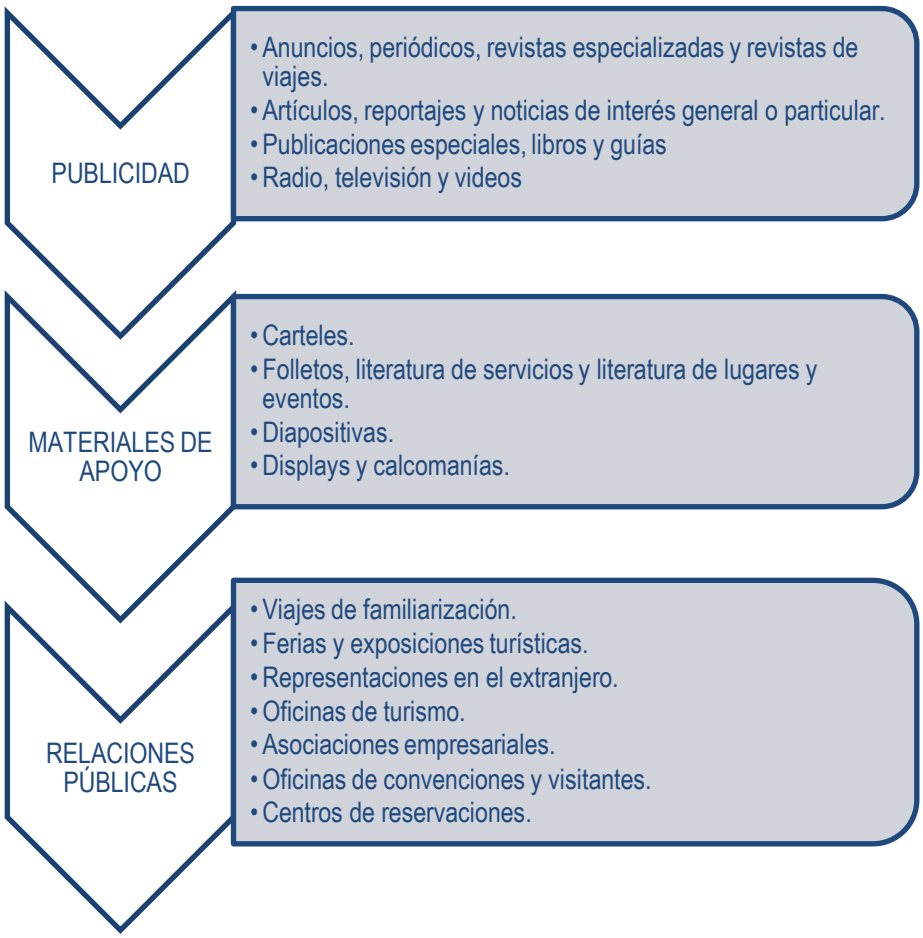


Figura 3. Elementos de la promoción turística.

Fuente: elaboración propia

Dentro de la publicidad con los cambios tecnológicos se puede llegar a una gran cantidad de personas a través de páginas webs, aplicaciones, o redes sociales en el cual se ha vuelto una estrategia de grandes empresas en las cuales tienen que invertir poco dinero y dar a conocer a mayor cantidad de personas el producto turístico que está ofreciendo. (Gutiérrez, Sánchez, Coronil, 2018, p 3)

Las personas con el fácil alcance de la tecnología se tornan fácil el llevar una publicidad o información de la oferta que se está planteando y de esta manera crearle un interés y necesidad de manera que va a demandar del producto.

Para realizar una promoción planificada y ordenada con mayor eficacia se ha tomado como guía al marketing mix el mismo que es conformado por 4 elementos que son:

Figura 4. Marketing mix.

Fuente: elaboración propia

El producto turístico es el conjunto de bienes o servicios que están creados para satisfacer las necesidades de los turistas. Este producto debe tener un desarrollo en el que se establecerá un precio acorde a los costos de producción y los beneficios que este ofrezca. La plaza es el análisis de las plazas o mercados en donde se conocerá la distribución del producto para lego dar el paso de comunicación e información de la oferta turística (Martínez, 2015, p 19)

2.3. DESARROLLO DE PRODUCTOS

Según Martínez (2015) “El producto turístico está formado por un conjunto de atributos tanto físicos como psicológicos (tangibles e intangibles) que el consumidor percibe en él con el fin de satisfacer sus deseos o sus necesidades” (P19). La realización de productos turísticos siempre ha sido en

base a modalidades de afluencia masiva como sol y playa y cada vez se volvía más frecuente en la que se notaba un gran impacto ambiental producido por las visitas de personas en grandes números.

Para desarrollar un producto turístico se debe conocer el órgano regulador o la conformación de la superestructura para seguir un régimen de ordenanzas y llevar una actividad legal y estable. Así también se debe conocer la infraestructura y calidad del servicio prestando en cuanto a alojamiento, restauración y otros para de esta manera elevar las expectativas de los visitantes.

Los atractivos naturales y culturales deben ser inventariados para tener un conocimiento de los atractivos reales y potenciales para la elaboración de productos de calidad, la que será demandado satisfactoriamente y llenará las expectativas de los turistas. Se debe analizar los factores positivos y negativos frente a otras competencias y llegar a un análisis estableciendo estrategias para mejorar las falencias y potenciar los aciertos.

Existen niveles de productos que se presentan a continuación

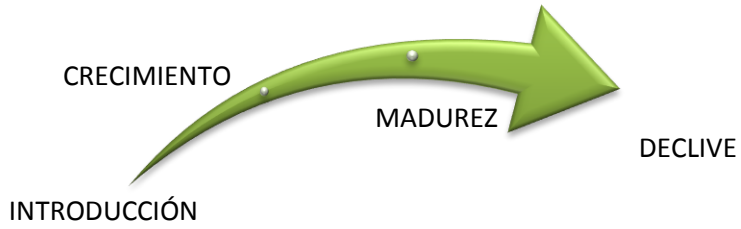
Cuadro 2. Niveles de productos.

1. El producto o beneficio central	2. Producto esperado.	3. Producto de apoyo	4. Producto aumentado.
El producto o beneficio central se basa en "¿Qué está comprando realmente el cliente?". Consiste en vender al cliente el beneficio antes que sus características, pero para cada cliente esto se transforma de forma diferente	Hace referencia a los productos y servicios que han de estar presentes para que el cliente pueda hacer uso del producto central.	Consiste en beneficios adicionales que añaden valor al producto central, que, de este modo, se diferencia del de la competencia	Se refiere a todo el entorno que hace posible la prestación del producto o servicio, como puede ser la accesibilidad, el ambiente físico del producto o servicio, la interacción con el cliente, etc. El producto aumentado se hace muy importante en servicios turísticos, puesto que el cliente forma parte del servicio, es decir, participa para recibirlo.

Fuente: elaboración a partir de Martínez 2015

El primer nivel pretende dar un producto que el cliente o turista lo palpe y constate la efectividad del mismo, el segundo nivel se trata de la información que se le ofrezca posicionándole en su mente una expectativa del producto para luego hacer uso de él. El tercer nivel es el producto apoyo son las medidas de implementación o adecuación que genere un plus o valor añadido a lo que se está vendiendo. Y por último el producto aumentado que es el conjunto del entorno en donde se desenvuelve la actividad.De acuerdo con Martínez (2015) toda empresa o negocio tiene su ciclo de vida en el que se dará a conocer a continuación:

Figura 5. Ciclo de vida de un producto turístico.



Fuente: a partir de Martínez 2015

La demanda es de quien depende el ciclo de vida de un producto turístico, la introducción es el impulso que dan en la industria turística en el que empieza a

elevar los indicadores por la afluencia de turista a baja escala además esta etapa se la aprovecha para dar a conocer e informas a cerca del producto turístico.

El crecimiento significa que la población o turistas se encuentran muy contentos con el producto o servicio ofertado en la que en su mayoría acuden personas. Y el declive es cuando la empresa ha desgastado sus recursos y no realiza renovación o adecuaciones para superar esta etapa.

Para que el producto turístico se mantenga en un punto de éxito se debe realizar la planificación en el que se establezcan los objetivos y metas y realizar acciones que contribuya a la sostenibilidad para que no solo el producto tenga éxito sino también para que la comunidad se sienta segura de la utilización de sus recursos.

Los productos se deben realizar en base a las preferencias del mercado meta y direccionarlos a la innovación de sus servicios de tal forma que se obtendría una agradable propuesta y logrando acogida inmediata.

Para el Ministerio de Turismo y deporte de Uruguay (s.f) La planificación de productos turísticos tiene dos ámbitos que son la planificación física y promoción de proyectos de inversión y el desarrollo de productos comerciales. La planificación física y promoción de proyectos de inversión se trata de reformar un espacio físico de una determinada zona creando e implementando los servicios como alojamiento, restauración, zonas de entretenimiento entre otros, así también el adecentamiento del lugar en cuanto a transporte, servicios básicos entre otros. Los estados apoyan ciertos proyectos de esta índole ya que aporta a la generación de fuentes de trabajo para una comunidad determinada y mejora la economía local. (p 33)

El desarrollo de productos comerciales es cuando hay la presencia de una oferta de productos o servicios turísticos en la que se trata de mejorar e innovar que logre llamar la atención de los visitantes y tengan la percepción de que el

destino está siempre preocupado por las necesidades de los turistas. Este tipo de producto se determina por ser creativo, diferenciado, original, innovador y competitivo (Martins, Varum, 2017, p 3)

Para lograr el desarrollo del producto se debe realizar un estudio preliminar en el que abarca el análisis de la demanda, análisis de la oferta y análisis de los atractivos que posee el destino.

El análisis de la demanda requiere conocer las preferencias, gustos, actividades que realizan y conocer las características más importantes e identificar un turista potencial. El análisis de la oferta busca estudiar los servicios que se ofertan la zona para conocer las falencias y poder implantar estrategias que permitan mejorar el servicio o producto ofertado. La realización de un inventario ayuda al análisis de los atractivos que se encuentren en la zona de intervención y conocer las condiciones en las que se encuentra para determinar si es factible de ofertar.

El producto turístico debe contar con los siguientes componentes.

- Atractivos
- Equipamiento e infraestructura
- Servicio y actividades

Los atractivos pueden ser de ámbito cultural o natural que tenga valor significativo para la comunidad o población en donde se encuentre inmerso.

El equipamiento e infraestructura que responde a la planta turística que son construcciones básicas y primordiales para llevar una estancia adecuada para el visitante, estas son alojamiento, restauración, transporte, vías, servicios básicos entre otros. Y los servicios y actividades que son una herramienta fundamental para la motivación del turista que se debe llevar de manera planificada para cumplir con las expectativas de estos.

El diseño del producto cuenta con varias etapas las mismas que se presentan a continuación:

Cuadro 3. Etapa de diseño del producto

Definir componentes del producto	**Definir el proceso de prestación**	**Identificación de recursos para la implementación.**
En esta etapa debe decidir qué servicios y actividades se incluyen, decidir que atractivos forman parte del producto. - Servicios básicos - Servicios complementarios - Atractivos principales - Atractivos complementarios	Se establece cómo se realizará los componentes del producto. - Se incorpora elementos de accesibilidad. - Se incorpora elementos orientados a lograr o mejorar la calidad y competitividad. - Se incorpora elementos orientados al desarrollo sostenible del producto.	- Determinación de recursos físicos. - Determinación de recursos humanos

Fuente: Ministerio de Turismo y Deporte Uruguay

La elaboración del capítulo II contempla y define los diferentes contenidos y subcontenido del tema de estudio, en donde se investigó conceptos y trabajos que han permitido potencias el proyecto, en los cuales consta la importancia del desarrollo turísticos para los habitantes de una nación, además de la importancia en la gestión de los diferentes recursos que se puede encontrar.

Dentro de este capítulo es la simplificación de varios temas que sirvieron para la realización del plan estratégico para potenciar el turismo en Puerto López, en donde se utiliza importantes herramientas del marketing para luego ser combinados con el turismo y así brindar un productos de calidad para las personas que lo vayan a consumir.

La elaboración de este marco teórico constituyo la fuente principal de teóricas que fueron fundamentales para la elaboración de este trabajo de titulación, ya que así se puede conocer más a fondo del tema y poder contribuir y desarrollar mejores ideas que permita ejecutar este proyecto de la mejor forma.

2.4. PLANIFICACIÓN

La planificación es un término utilizado para las acciones que se desean realizar a un futuro cumpliendo metas u objetivos a través de métodos y herramientas para su logro (Mora, Vera, Melvarejo, 2015, p 80). Este término es utilizado en todo ámbito para el desarrollo ya sea de una empresa o una comunidad en particular. Los gobiernos hoy en día se manejan a través de planificaciones anuales o periódicas que permiten condicionar la calidad de vida de una población.

Para una mejor compresión se establece un cuadro comparativo de las definiciones de planificación que se presenta en el siguiente cuadro.

Cuadro 4. Matriz comparativa del concepto de Planificación

Autor	Año	Concepto
Etimología	------	El término "planificación" es una variante del verbo "planificar", sufijado en "ción", que confiere el carácter de "acción o efecto de". Planificación es la acción y el efecto de "planificar". A su vez, "planificar" es un verbo transitivo derivado de "plan", que proviene de plano, que proviene del latín "planus".
Gilberto José Graffe	2006	La planificación es la actividad humana de carácter regional que tiende a la definición de una conducta a seguir con el objeto de lograr la transformación de la realidad para la cual se definen y coordinan objetivos a lograr, sobre la base del análisis previo de los hechos observados de la realidad presente y sus condicionamientos históricos y de la proyección de su tendencia que observa el sistema a planificar.
Quintero Pedraza	2009	La planificación es un proceso, es decir una actividad continua y unitaria que no termina con la formulación de un plan determinado, sino que implica un reajuste permanente entre medios, actividades y fines, y sobre todo, de caminos y procedimientos a través de los cuales se pretende incidir sobre algunos aspectos de la realidad.
Dra. María Bernal	2012	La planificación es la primera función administrativa porque sirve de base para las demás funciones. Esta función determina por anticipado cuáles son los objetivos que deben cumplirse y que debe hacerse para alcanzarlos; por tanto, es un modelo teórico para actuar en el futuro.
ZuinSecco, Fernanda; França da Cunha, Christiano; Spers, Eduardo Eugênio; Galeano, Ronie; RagazzoCorrêa da Silva, Ricardo	2016	Planificar es decidir con antelación qué hacer, de qué manera hacerlo, cuándo hacerlo y quién debe hacerlo, lo que puede considerarse una determinación de la dirección a seguir para alcanzar un resultado deseado englobando una serie de toma de decisiones

Fuente: elaboración propia

La planificación es tomada como sinónimo de organización ya que trata de establecer métodos y estrategias para obtener resultados positivos en cualquier ámbito en la que se desarrolle (García, Durán, Cardeño, 2017, p 17). Esto trata de realizar una secuencia de pasos que logran llegar a un fin para cumplir una meta establecida.

Hoy en día la planificación ha tomado un giro y ha evolucionado con el crecimiento de las empresas y sus intereses, llegando a implementar la planificación estratégica que va más allá de la organización de las ideas y se basa en el estudio del área en el que se va a realizar una intervención, para de esta manera conocer a fondo el problema y así determinar estrategias que apunten a la resolución del problema con éxito.

Dentro de la planificación existe una clasificación que se muestra en el siguiente gráfico.

Figura 6. Clasificación de la planificación.

Fuente: a partir de Universidad Nacional de Córdoba (2016)

Para Basurto (2016) “La Planificación Estratégica, PE, es 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 impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia y calidad.” (p 3). Es de esta manera que los objetivos que se deben llevar un patrón organizado y que se debe cumplir a cabalidad para la obtención de resultados positivos. La planeación es importante ya que esta se trata de la previsión de lo que se desea alcanzar y poder intervenir en el futuro.

La planificación estratégica consta de etapas que se muestran en el siguiente gráfico.

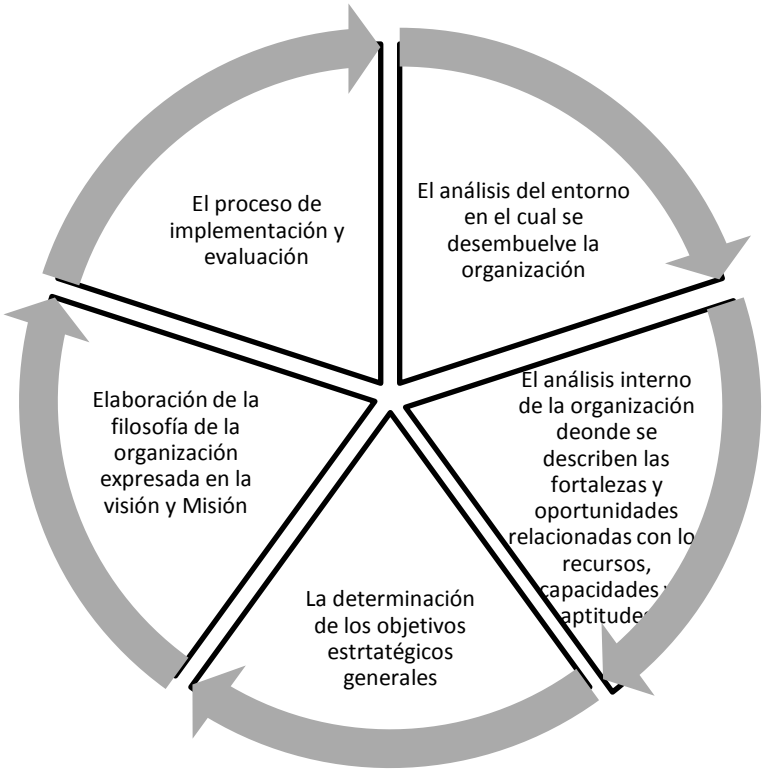


Figura 7. Etapas estratégicas.

Fuente: a partir de Itaú Fundación

La planificación táctica o directiva es aquella que se realiza por la parte administrativa de las áreas que correspondientes dentro de una organización. En el que buscan la realización de los objetivos a mediano plazo (Baltodano, Escobar, Figueroa, Prince, 2015 p 59). Es así que esta clasificación muestra el camino a seguir con las acciones establecidas a nivel estratégico. Y por último la planificación operativa que son programas establecidos por los directivos de la organización en que se realizan en un plazo cortó. Todas estas planificaciones van en coordinación para el cumplimiento de un propósito ya sea de una empresa, comunidad o grupo.

En todo ámbito de la vida cotidiana se puede realizar la planificación en cualquiera de sus clasificaciones y una de estas es el ámbito turístico que gracia a ello quiere el desarrollo de la actividad de manera ordenada y sostenible para no crear impactos negativos en todos sus alcances.

2.5. PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

La actividad turística se ha venido realizando a lo largo de la historia de la humanidad ya que realizaban grandes desplazamientos por razones de comercio, salud u otras necesidades en el que permanecían por un corto tiempo. Se han realizado investigaciones del inicio de la actividad turística en el que se plantea dos formas de evolución. Por una parte la Escuela histórica evolutiva quien plantea tres fases: el turismo que se considera el desplazamiento de las personas que lo hacían por necesidad. El pre turismo cuando habían indicios de desplazamiento por placer y el turismo cuando se lo reconoce por los grandes movimientos de personas que a su vez lo divide en turismo aristocrático y turismo de masa y por otra parte está la Escuela Naturalista o Eternista plantea tres fases que son e pre turismo que se lo realizaba de manera rudimentaria, el turismo que se vio con más frecuencia las movilizaciones y el turismo social que son los grandes desplazamientos de personas (Ardila, 2015, p 145)

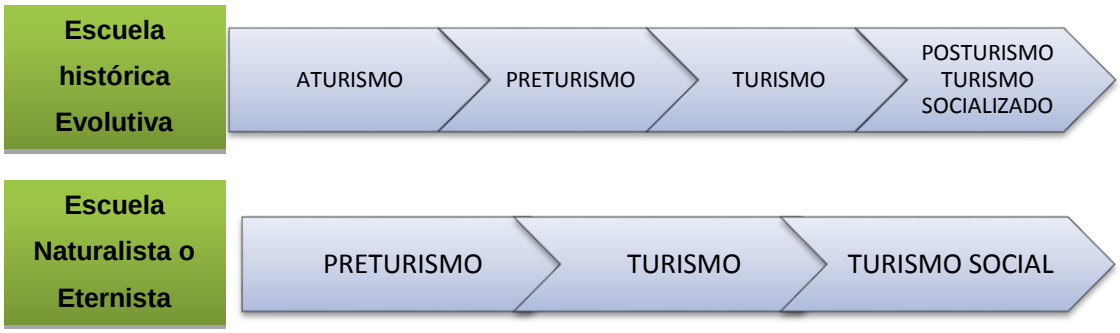


Figura 8. Evolución del turismo.

Fuente: a partir de Ardila 2015

La afluencia de la movilización de personas se desarrolla después de la segunda guerra mundial con la implementación del transporte aéreo y surge un cambio rotundo en la historia del turismo. Para luego en los años 80 se convierte un motor económico para los países gracias a los cambios frecuentes de la tecnología y facilidades para poder desplazarse en el mundo. Y es de

esta manera que el turismo cobra protagonismo en las políticas de los estados tomándolo como parte importante del desarrollo económico de las naciones.

El turismo es la actividad que hoy en día se ha convertido en una fuente de ingresos para pueblos o países en desarrollo, ya que aprovechan sus recursos para ofertarlos a los visitantes y generar un circulo de consumo de los servicios existentes en los destinos. Para ello existe la necesidad de investigar y estudiar la actividad turística para conocer el comportamiento tanto de los lugares en el que se desarrolla como de las personas que lo visitan y es allí donde se plantea un desarrollo turístico a través de la planificación, de manera que se la realice organizadamente y sin tener efectos negativos (Duarte, 2016, p 47).

La planificación en el ámbito turístico consiste en la identificación de las falencias o problemas relevantes para de esta manera contrarrestarlos y de la misma forma identificar los beneficios de la actividad turística para así aprovecharlos y conseguir un turismo rural.

Al hablar de planificación se entiende de la programación u organización de la actividad turística que se desea desarrollar, pero este término va de la mano con la gestión en la que se proponen estrategias para lograr un objetivo deseado en un futuro. Para Kuper citado por Velasco (2016) define a la planificación turística como el “conjunto de prácticas de reflexión y estudios prospectivos o de prefiguración del futuro para la definición de medios y cursos de acción que se desarrollarán en pos de la cumplimentación de determinados objetivos con el propósito de intervenir en cierta realidad”. (p 583).

En el área turística existen falencias que se centran en el desconocimiento de los cambios frecuentes de las poblaciones, de los recursos con los que se cuentan y de la operación de la competencia, además de la carente eficacia o eficiencia del personal que labora en este círculo, la desvalorización del potencial y la descoordinación de los agentes de la actividad turística.

Es de esta manera que la planificación turística se torna indispensable ya que optimiza el uso de los recursos de manera sostenible para así no crear impactos negativos en sus tres ejes, además de mostrar un costo - beneficio equitativo a los turistas, a la vez la zona de acción garantiza un producto seguro y confortable y de esta manera contribuye a la implementación de estrategias que generen la competitividad entre los destinos. (Perona, Molina, 2016, p 325)

Es importante hacer énfasis en los beneficios que se le otorgaría a los destinos como la dirección o rumbo de lo que se quiere conseguir con una visión a largo plazo. Así también se mantendría dentro de los destinos competitivos que se adapta a los frecuentes cambios de la industria proporcionando estabilidad social, ambiental y económica a la localidad.

Dentro de la planificación turística se muestra la interrelación de dos aspectos importantes que son la oferta y la demanda. En cuanto a la demanda se hace análisis de los mercados turísticos nacionales e internacionales y la oferta se centra en los atractivos, actividades, alojamiento, transporte, otros servicios.

Figura 9. Factores de la planificación turística.

Fuente: Elaboración propia

La planificación turística se realiza en dos formas que son: la planificación estratégica y la planificación turística integral. La planificación estratégica se centra en la rápida solución de los problemas en base a los objetivos que se quiere lograr, en la que se direcciona a los cambios frecuentes y resolución de sucesos inesperados. Y la planificación turística integral es donde se agrupan los elementos del sistema turístico para de manera puntual planificar el desarrollo turístico. Cabe recalcar que se debe realizar la integración de ambas partes para permitir la realización de un proceso continuo que de paso a los cambios que se susciten en el futuro.

Para Toro *et, al*. (2015) el direccionamiento de la planificación turística abarca los siguientes aspectos:

- Desarrollo económico
- Uso del suelo
- Infraestructura
- Servicios
- Seguridad (p 136)

Con la composición de la planificación con estos aspectos logra el establecimiento de metas y objetivos para el desarrollo turístico, de manera que también garantiza la preservación de los recursos para las futuras generaciones. Las relaciones en el ámbito turístico se favorecen con sectores de la economía ofreciendo información confiable y veraz para la toma de decisiones.

La planificación turística le garantiza dentro de su aplicación la creación de destinos de calidad y mejorar la eficiencia de estos. Para ello se establecen etapas de la planificación en el turismo, la primera fase corresponde a un estudio preparatorio en la que se realiza una preparación cuidadosa y minuciosa del trabajo que se va a realizar, dentro de esta se identifican los términos del plan de desarrollo turístico que se muestran a continuación:

Fines de la planificación

- Actividades
- Aportaciones de los sectores implicados
- Resultados previstos
- Calendario del plan
- Determinación de objetivos
- Informe de los elementos

Dentro de la planificación es importante que se desarrolle un análisis y diagnóstico de la zona a intervenir para el desarrollo oportuno de un plan y realizar un estudio base en el que se muestre el medio físico y su centro de intervención de la actividad turística con el respectivo estudio de los recursos que cuenta la región. Así también analizar la situación económica local para conocer los indicadores de producción y empleo de las áreas productiva y tener en cuenta una estructura demográfica en la que se muestre la realidad de la población y los cambios que pueden suceder en la implementación del plan.

Se realizará un análisis de la oferta turística en el que se centra la constancia de inventarios turísticos con la respectiva jerarquización dentro de un destino, además contar con una base de datos de la infraestructura turística y servicios que cuenta el destino.

Se analizará la demanda turística en base a los gustos, preferencias, origen y satisfacción que mostrará las nuevas tendencias o cambios de los turistas. Cabe recalcar que se debe identificar la demanda potencial en base a la oferta del destino. Y por último el análisis del entorno turístico que englobe los factores económicos, social, cultural que rigen la zona de intervención con el análisis de la competencia.

Conjuntamente la elaboración de un análisis de la toda la información recopilada y luego sacar una síntesis que es el resultado de la combinación de los componentes del análisis y llegar a la comprensión de la situación

Como resultado del estudio se llegará a la creación de políticas y planes en las que se establezca estrategias direccionadas al cumplimiento de los objetivos de dicho plan. Se establece la fase de ejecución en el que se realiza actuaciones que se enmarcaron para el desarrollo del plan y por último la fase de seguimiento y control en el que hace un rastreo periódico de las acciones para el cumplimiento de los objetivos.

2.6. NUEVAS TENDENCIAS EN TURISMO

Los cambios que ha sufrido el turismo a lo largo de los años no solo se ha dado por el surgimiento de las industrias o la tecnología, sino también a las necesidades que surgen de las personas.

Para identificar las tendencias en el turismo se debe conocer la clasificación del turismo haciendo un análisis y ver la evolución de las modalidades recientes y las preferencias y necesidades de los turistas que se convierten en las nuevas tendencias en el turismo.

El turismo según el origen de la demanda: este se da por la afluencia de turistas en determinados destinos en las que se divide de la siguiente manera:

- Turismo doméstico: son aquellas personas que visitan su propio país
- Turismo receptivo: son aquellos turistas extranjeros
- Turismo emisor: los residentes del propio destino que emigran a otro país

La clasificación del turismo según la motivación del viaje: esta se da de acuerdo a motivación que tiene el turista para visitar un determinado destino en el que se identifica tres categorías que son:

.-Turismo convencional o vacacional: son los viajes que se dan por placer o descanso.

.-Turismo especializado: son las visitas a destinos que cumplen con las expectativas y experiencias que desea realizar el visitante.

.-Turismo de afinidad: son aquellas en la que su fin es por motivos profesionales, religiosas entre otras.

.-Turismo de negocios: es aquel viaje que tiene como fin realizar actividades mercantiles en la que indirectamente aprovecha de la visita de lugares y paisajes de cierto destino.

.-Turismo de descanso y esparcimiento: este se direcciona a las personas que desean tener un descanso y desea realizar actividades que le generen una experiencia agradable.

.-Turismo místico: esta tiene relevancia en la presencia de hechos trascendentales y obtener una experiencia basada en tener paz interior y librarse de malas energías. Generalmente se lo realizan en pueblos indígenas o dentro de culturas ancestrales.

.-Turismo vivencial: trata de pasar tiempo dentro de un núcleo familiar en zona rural en la que comparten las actividades, y aprenden las costumbres que se dan en estas zonas.

.-Turismo cultural: son aquellas personas que tienen interés en conocer culturas, arte, música entre otros dentro de una comunidad ancestral.

.-Turismo de aventura: la practican aquellas personas que disfrutan de un viaje con motivación de realizar actividades que impliquen esfuerzo físico o retos.

.-Turismo deportivo: la motivación principal es la realización de deporte en un destino adecuado para la realización de estos.

.-Turismo incentivo: este es el que se da por la confección de actividades y programas para personas con el fin de motivar a las personas.

.-Turismo científico: son científicos o personas que van en busca de la investigación.

.-Turismo social. Este se vincula a un grupo de personas que está subvencionado por el estado como los ancianos, estudiantes entre otros.

Otra de la clasificación del turismo es del turismo convencional y no convencional.

El turismo convencional es que se conoce comúnmente como el turismo de sol y playa lo que implica la movilización de grandes masas de personas. Este tiene las características del desplazamiento de grandes grupos, tiene costos elevados de los servicios cercanos, aprovecha los espacios al máximo lo que genera un riesgo para la naturaleza. Este tipo de turismo es nocivo para el ambiente ya que se generan acciones para el aprovechamiento del recurso en base a ganancias económicas y realizan intervenciones drásticas como tala de árboles, quema indiscriminada, contaminación ambiental, entre otros.

El turismo no convencional o turismo alternativo que se basa en la realización de la actividad turística utilizando los recursos de manera sostenible para no generar impactos negativos y ese recurso sea capaz de mantenerse en el tiempo para las futuras generaciones. Se caracteriza por respetar la naturaleza y seguir hábitos de preservación de los recursos. (Mantilla, 2015, 9)

Este tipo de turismo se inició a partir de la preocupación de los cambios climáticos y afectaciones a la tierra que generaron una condición de preocupación por el desgaste de los recursos tanto naturales como culturales.

Los tipos de turismo que se han citado forman parte de la conformación de una tendencia en las personas ya que cada vez se movilizan por un gusto en común o por las modas en servicios que se imponen muchas de estas tomadas como estrategias de ventas en el ámbito turístico.

El turista es la parte protagónica de la actividad ya que éste es quien toma la decisión de desplazarse fuera de su residencia con diferentes fines. Desde la historia de la humanidad se han presenciado diferentes tipos de turistas involucrándose con las clases sociales en la época de la monarquía, solo las altas clases sociales podían hacer turismo. Luego este pasó hacer una tradición en los jóvenes pudientes ya así fue evolucionando de acuerdo a las

necesidades y economías locales (Coelho, Sevilha, 2017, p 511). En el surgimiento de la revolución industrial surge un cambio en el transporte con la creación de la máquina de vapor o ferrocarril en la que Tomas Cook vio la oportunidad de movilizar a personas en grandes grupos. Con el tiempo las personas con bajos recursos empezaron a realizar viajes determinándose como un turismo social y es así como inicia la evolución del turista.

Hoy en el siglo XXI se hace mucho énfasis en hacer un análisis del comportamiento de la demanda ante la oferta de un destino para de esta manera conocer la dinámica del turismo (Morrillo, 2017, p 3). Existen factores de que cambian las condiciones de vida de las persona haciendo un condicionamiento de la demanda turística como lo es la industria avanzada, la globalización, la tecnología, riesgos, la postmodernidad, entre otros, así también la preocupación de la sociedad y las ideologías de la sostenibilidad ambiental y cultural anteriormente las poblaciones se denominaba como consumista sin tomar en cuenta las consecuencias que este traía, al contrario del turismo actual donde la conservación es el lema primordial no solo para el turista sino también para las comunidades de los destinos.

En cuanto a la sociedad de la información que este forma parte de la sociedad industrial ya que producen un bien material con la finalidad de estar informado y comunicado. La tecnología tiene mucha influencia en las personas que hacen de ella su trabajo y forma parte de sus vidas cotidiana. Este ha tomado protagonismo en el turismo tomado como un sistema de comunicación actual entre el turista, productores de servicios, agencias de viajes entre otros. La tecnología se ha convertido en parte de las estrategias de las empresas turísticas y un fuerte en las negociaciones.

La sociedad está sujeta a cambios y uno de ellos es la postmodernidad que promueve una idea colectiva de diferentes índoles, ya sea religiosa, política entre otras que responde a un comportamiento que la sociedad impone como un deber. Es así que el turismo es una opción de escape de las formas de vida

para que las personas puedan tener vivencias en base a una experiencia única y diferente a lo cotidiano.

Ahora se da a conocer una tipología de consumidores en base al parámetro temporal que son alocéntricos (EarlyAdapters), céntricos (Deiners) yPsicocentricos (Neo Luddites) se presenta a continuación.

Cuadro 5. Tipología de consumidores

CONSUMIDORES	CARACTERÍSTICA
Neo – Luddites	No quieren correr ningún tipo de riesgo y reacciona negativamente ante todo lo nuevo. Son escépticos con la biotecnología, internet, etc.
Deniers	Es el grupo más importante, se orienta hacia el presente y declinan la contemplación del futuro
Earlyadapters	Están orientados hacia el futuro, le gusta el riesgo, son los primeros en comprar los productos que van saliendo. Siempre intentan comprar nuevos destinos.

Fuente: elaborado a partir de Burkhard, Nicole Kow y Lucy Fuggle (2017)

Así también se presentan los escenarios futuros que condicionaran la oferta y la demanda del turismo.

Cuadro 6. Matriz comparativa**.**

ESENARIO	CARACTERÍSTICA
Escenario verde (turismo verde y ecología del turismo)	En el futuro los principios ecológicos estarán asumidos y los consumidores pensaran en términos medioambientales, de tal modo que en regiones como Europa y EEUU, los aditivos serán ilegales y serán necesarios que incluyan componentes relacionados con la simpatía por la naturaleza y el romanticismo rustico.
Escenario de los consumidores "inteligentes" muy ocupados. Importancia de los viajes cortos y de los parques temáticos.	Habrá muchas personas que estarán muy ocupadas, comerán cosas prefabricadas y harán viajes muy cortos de ahí la importancia de parques temáticos donde se puede ver de todo en un día, e incluso harán las cosas solos al no tener tiempo para hacerlas conjuntamente.
Escenario de las historias. Turismo cultural y emocional	Habrá consumidores que desean comprar sentimientos, experiencias, historias. Son los consumidores pos materialista que demandan una historia con cada producto, una aventura que va más allá de lo material. Compran un estilo de vida.
Escenario de los consumidores estables. Turismo tradicional	No es que busquen el desarrollar las emociones en base a la reconstrucción de la tradición, sino que se quedan anclados en el estilo de consumo que siempre tuvieron y ahora no quieren cambiar

Fuente: elaborado a partir de Burkhard, Nicole Kow y Lucy Fuggle (2017)

En base a lo mencionado anteriormente se da a conocer las nuevas tendencias turísticas en base a los cambios de la sociedad y los escenarios que se desarrollan.

Cuadro 7. Tendencias turísticas**.**

Tendencias	Característica
Eatlike a local	Sin duda alguna, la gastronomía mueve el mundo del turismo hoy en día. La gente desea probar nuevos sabores, conocer nuevas recetas, crecer en lo culinario, degustando los platos típicos de los sitios a los que viaja.
Reservas a través del móvil	Los millenials presionan para que la mayor parte de los servicios puedan ser reservables de manera sencilla a través del móvil. Las empresas deberán adaptar sus sitios web para hacerlo posible.
Las OTAs seguirá controlando el mercado	Si bien todas las empresas del sector tratan de potenciar las reservas directas, las OTAs y los comparadores prosiguen su crecimiento en varios mercados, solo con ligeros descensos en algunos países europeos.
El turismo de negocios seguirá creciendo	El turismo MICE seguirá creciendo en la medida en la que la economía sigue su lenta recuperación. Esto complementa el crecimiento paralelo del turismo urbano.
Grupos de viaje transgeneracionales	Las sociedades cambian y así lo hacen también sus viajes. La gente viajará con personas de otras edades y generaciones.
Turismo de proximidad	También llamadas staycations, esta tendencia se consolida en mercados emisores relevantes, como Alemania y, sobre todo, Reino Unido.
Viajes de celebración	Viajar para celebrar un acontecimiento familiar o para formar parte de una

	celebración nacional
El contenido sigue siendo el rey	Las agencias de marketing turístico apuestan por seguir generando contenido de calidad de diferentes formatos, así como potenciar que los clientes generen su propio contenido.
Estar donde está la gente	Facebook e Instagram se erigen como las redes sociales con mayor número de usuarios, usuarios más activos y mayor cantidad de contenido relevante desde la perspectiva turística.
Búsqueda de experiencias	Ya lo dicen hasta los estudios más científicos; disfrutar de experiencias viajeras nos hace más felices. Esto se traslada al sector turístico, con nuevos players en la comercialización de experiencias en destino, como AirBnb con su funcionalidad "Experiencias"
Potenciación de iconos	Los destinos, a través de sus DMOs buscan consolidar iconos reconocibles. Más allá de los tradicionales iconos físicos (Torre Eiffel, estatua de la libertad), los destinos tratan de posicionar iconos intangibles que complementen los tangibles y alcancen el objetivo de la diferenciación
Idiomas, trato al cliente y capacidad de adaptación al cambio, claves para los RRHH	En la era de las experiencias y la generación de emociones, el talento humano resulta fundamental. Será necesario formar a los recursos humanos a interpretar y adelantarse a las necesidades de los clientes, de los visitantes, en la búsqueda de ese momento WOW que genere impacto y fidelice.

Fuente: elaborado a partir de Burkhard, Nicole Kow y Lucy Fuggle (2017)

2.7. PRODUCTOS DE TURISMO RURAL

El turismo rural es una modalidad que se desarrolla en espacios naturales o en comunidades alejadas de la ciudad, esto se torna una alternativa al turismo masivo (Flores, Cunha, Chistoffoli, 2016, p 576). Este tipo de turismo se rige bajo los preceptos del desarrollo sostenible utilizando los recursos de manera eficiente y preservándolos para las generaciones futuras, además el visitante opta por realizar este tipo de turismo ya que se basa en una nueva experiencia que encierra la cultura, historia y naturaleza. Las actividades que se desarrollan en esta modalidad son las vivencias místicas, elaboración de artesanías, gastronomía típica, lenguas ancestrales, fiestas tradicionales, uso de medicina a base de plantas y hierbas, procedimientos de cultivos, entre otros.

Hay que rescatar que el turismo rural tiene sus beneficios tales como la generación de empleo en las comunidades, se crean nuevos servicios disponibles al turista diversificando la economía local generando recursos económicos para la implementación de proyectos en la zona.

Es importante que la comunidad aporte al desarrollo turístico local que se encuentre integrada y disponible a realizar cambios, y solo de esta manera mejorar su calidad de vida (Díaz, 2017, p 335). Deben crear una cultura en el turista de la preservación de los recursos naturales y regenerar las zonas destruidas o intervenidas por el hombre. Al realizar actividades del turismo rural se incentiva a la recuperación de los valores culturales e identidad cultural y de esta manera identificarse ante otras culturas.

En el turismo rural se destacan las siguientes actividades:

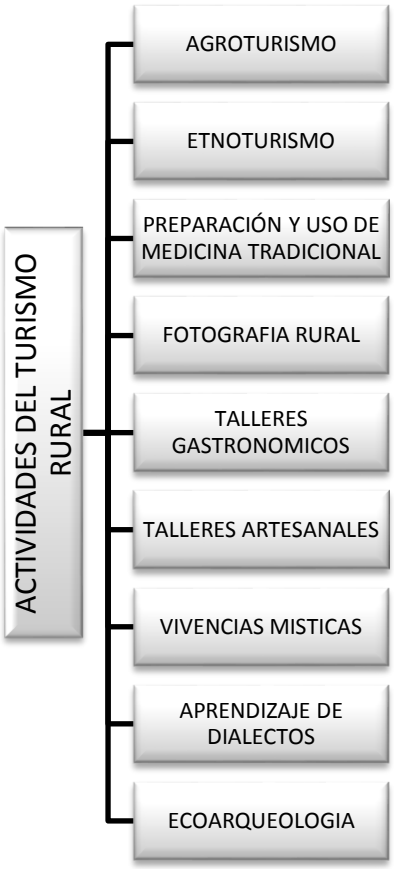


Figura 10. Actividades del turismo rural

Fuente: a partir de SECTUR 2004

Agroturismo: esta actividad se basa en las zonas agropecuarias en la que los moradores dan a conocer las formas de sembríos y sus conocimientos para

poder dar un buen producto. De esta manera el productor no solo depende de la actividad en el campo sino que se amplía al turismo dando dinamismo económico local.

Etnoturismo: el Etnoturismo busca la relación del turista con las culturas de los pueblos rurales para así conocer y llevar una experiencia vivencial.

Preparación y uso de medicina tradicional: se basa en el conocimiento de plantas que son de uso medicinal que eran utilizadas por los ancestros.

Fotografía rural: esta actividad la realizan los visitantes que les apasiona la fotografía en ambientes naturales o en zonas rurales.

Talleres gastronómicos: actividad que tiene como fin dar conocimientos de la preparación de las comidas de una determinada zona en la que envuelve la cultura y la historia a través de las generaciones.

Talleres artesanales: esta se trata de que el turista participe de la confección o elaboración de las artesanías conociendo los elementos de la naturaleza o de la zona que se utilizan para su efecto.

Vivencias místicas: se trata de participar en las creencias, leyendas, cuentos o rituales ancestrales que son dados por los antepasados.

Aprendizaje de dialectos: los visitantes se sienten motivados por conocer el idioma en el que se comunican los moradores.

Eco arqueología: la principal motivación es la arqueología en las zonas rurales con la finalidad de investigar y conocer las existencias de pueblos indígenas y las formas de vida que llevarían.

Para desarrollar productos turísticos en zonas rurales debe existir una oferta de servicios como son alojamiento, restauración, transporte, entre otros que estén acorde a la zona y las preferencias de los turistas. Se debe hacer un análisis de

los recursos naturales o culturales con los que cuenta la comunidad para poder hacerlos parte de la oferta siempre y cuando sea utilizados de manera adecuada evitando el desgaste o daños que se puedan producir (Figueroa, Cavazos, Moreno, 2015, p117)

Las comunidades en donde se desarrollan productos turísticos rurales se articulan para llevar una organización adecuada y así poder ofertar un turismo sostenible en sus tres ejes de equilibrio que son el ámbito social, ambiental y económico en la que permite mejorar la calidad de vida de la población.

Para el desarrollo de productos turísticos en la zona rural es necesario realizar un diagnóstico de la situación actual del sector en donde se desea implementar esta modalidad para así conocer las ventajas o falencias que este tenga, además hacer un análisis de las preferencias de los turistas enfocados a los productos y servicios existentes en la zona rural para así adecuar o implementarlo a este tipo de turismo.

En cuanto al diseño de productos turístico en necesario la realización de un inventario de atractivos reales y potenciales para en base a esto elaborar un producto acorde a las condiciones de la zona y a la motivación del visitante mediante la sostenibilidad. Luego de ello es necesario crear en la mente de las personas una imagen que identifique dicho producto turístico rural creando una expectativa de ello.

Hoy en día la demanda de los productos turísticos rurales se hace más frecuente por la preocupación tanto de la conservación de espacios naturales como la valoración cultural de pueblos que están desapareciendo y de esta manera rescatar el patrimonio que posee. Las tendencias que se determina en la demanda turística rural radica en la conciencia ambientalista por los recursos existentes en las comunidades además de la exigencia de la calidad de los servicios. Gracias a esta modalidad posibilita a un mercado más segmentado que va en la búsqueda que vacaciones más activas y en lugares distanciados

de la urbe, estos visitantes son aquellos que cuentan un mayor poder adquisitivo.

La participación de la comunidad y su organización es parte fundamental de su desarrollo estos actores deben llevar un rol diferente en el que se puedan desenvolver y actuar de manera eficaz ante los problemas o situaciones que se presenten en el proceso de mejora de la comunidad en el ámbito turístico. Para que un producto turístico se desenvuelva en las zonas rurales debe tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- La zona debe tener atracciones únicas o diferencias
- Contar con servicios básicos e instalaciones
- Tener una buena accesibilidad a todos los atractivos
- Enmarcar una imagen del destino o modalidad que se realiza
- Establecer un costo en relación al beneficio que se obtiene
- Contar con suficiente espacio físico para la realización de actividades
- La comunidad debe ser hospitalaria (Varisco, 2015, p 13)

2.8. IMPORTANCIA DEL TURISMO RURAL EN MANABÍ

La provincia de Manabí posee una infinidad de atributos que hacen que las visitantes deseen regresar. Esta provincia es conocida por ser un destino de sol y playa por ubicarse en la costa del océano pacífico. Esta provincia tiene como principales motores de ingresos económicos a la agricultura, la pesca y el turismo, gracias a que la población cuenta con gran extensión de terrenos que son fértiles aprovechando las condiciones climáticas y con los conocimientos en las formas de sembríos pueden cosechar productos de primera calidad. (Ministerio de Turismo 2017) La pesca es una de las actividades que se ha complementado con la industria tunera en la que la provincia está muy bien dota de embarcaciones para la pesca. Tanto así que la ciudad de Manta se ha posicionado como el primer puerto pesquero del Ecuador.

Así también el sector turístico ha cobrado protagonismo en Manabí por contar con un sinnúmero de atractivos turísticos la misma que se convierte en una de las provincias más visitadas por propios y foráneos. Dentro de las ciudades más visitadas se encuentra el puerto de Manta, Parque Nacional Machalilla, Puerto López y Portoviejo. Y de los atractivos más visitados es la playa Los Frailes. Es importante destacar que Manta gracias a su puerto y el desarrollo urbanístico se ha logrado captar cruceros en fechas específicas lo que hace más frecuente la visita de extranjeros al país.

La provincia cuenta con grandes zonas naturales sin intervenir y zonas rurales en las que existen habitantes que mantienen formas de vida de los ancestros, las actividades de estas personas se vuelven interesante y poco común para un visitante ya sea local o internacional. Ya que el mundo ha evolucionado en la forma de vida haciéndolas más fáciles y sencillas para satisfacer las necesidades de los pobladores.

En la provincia no se ha aprovechado los recursos rurales para la realización de un turismo basada en experiencias vivenciales con comunidades locales, el turismo rural en esta zona no se desarrolla a cabalidad y son pocos los lugares donde se puede disfrutar de esta modalidad (Bravo, Alemán y Pérez, 2018, p 98). Uno de ellos es la finca agro turística Sarita, la Finca Orgánica Rio Muchacho, Machalilla y San Isidro. La falta de planificación y de recursos económicos no ha permitido que se despliegue con éxito las variantes del turismo rural.

En los campos de Manabí dentro de una comunidad rural se pueden encontrar actividades como la agricultura entre las principales siembras de cacao, café, maíz, plátano, árboles frutales entre otros. Así también la preparación de las comidas que se realizan en hornos de leña en las que se preparan comidas las que tiene como base al maní, el plátano y la yuca.

Los campesinos cuentan con ganado vacuno para la producción de leche y queso producto que llevan a vender a la urbe, y por últimos las tradiciones y

costumbres que estos pueblos realizan como parte cultural e identificativo de su comunidad. Todos estos elementos son importantes para el desarrollo del turismo rural en la provincia de Manabí en conjunto con una planificación que permita conseguir interés de los visitantes en esta modalidad.

La falta de planificación y visión hacia las zonas rurales de Manabí hace que se limite la variación de actividades turísticas para los visitantes esto hace que las comunidades emigren a las grandes ciudades en búsqueda de fuentes de ingresos y poder solventar sus necesidades. El enfoque a nivel nacional en cuanto a turismo en la provincia de Manabí en proyectada en sus playas, cultura y gastronomía. Lo que implica un agotamiento de estos recursos a futuro que se presentará con el paso del tiempo quedándose sin opciones de oferta para los visitantes.

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

En este capítulo se muestra la metodología que se implantó en el diseño de la propuesta del desarrollo de productos turísticos basados en la modalidad del turismo rural en el cantón Puerto López. La misma que se desarrollóen base a procedimientos expuestos por otros autores, de la misma manera se describirá los métodos, técnicas y herramientas para llevar a término la propuesta y así dar cumplimiento a los objetivos planteados en la investigación.

3.1. ANTECEDENTES METODOLÓGICOS REFERENCIALES

En este punto, específicamente en el cuadro 3.1 se muestran diferentes metodologías, con sus respectivas fases, tomadas de diversos autores, en relación a propuestas de creación de productos turísticos, haciendo una recopilación para la debida selección de las fases pertinentes que respondan a los aspectos teóricos, prácticos y claramente, metodológico de la presente investigación. Por lo que, en efecto, las mismas se convierten en antecedentes del actual estudio.

Para ello antes, se hace la respectiva descripción de manera breve de cada una de las propuestas metodológicas de los autores sobre estudios afines a la temática, para consecutivamente realizar un análisis comparativo de las mismas recogidas en una matriz de integración de criterios expuesta en el cuadro 3. 5., la cual, a su vez, se refleja en el cuadro de leyenda 3. 4 y así establecer las etapas óptimas para el desarrollo de la propuesta.

3.1.1. ANALISIS DE LAS METODOLÓGIAS EN CONSIDERACIÓN

En relación a las nuevas exigencias y tendencias en cuanto al desarrollo de la actividad turística nivel mundial, ha conllevado a que se generen y adapten modelos que permitan el progreso de la actividad como respuesta a las mismas. Siendo así que, con el fin de establecer una metodología para el desarrollo de productos turísticos rurales que contribuya aldestino Puerto

López, se considera una gamade propuestas metodológicas acorde a los actuales paradigmas relacionados a la presente investigación.

Metodología I: Identificación de variables para el desarrollo de productos turísticos rurales. Diagnóstico (Hernández, 2010)

En esta fase se revisó la identificación de variables para el desarrollo de productos turísticos rurales sustentables, las cuales se clasificaron en tres categorías: Motivaciones del turismo rural (visitas familiares, contacto con la naturaleza, práctica de deportes rurales, eventos rurales, descanso, experiencias rurales y conocimiento cultural), Recursos (recursos naturales, patrimonio histórico y productos típicos representativos) e Imagen del destino.

Metodología II: El patrimonio local, tangible e intangible, como recurso eje para el desarrollo económico local (Plaza, 2013)

Para el desarrollo económico local se estructuro la siguiente fase, se plantea un diagnostico turístico para establecer la situación local, seguido de un inventario de la planta turística luego un análisis de la demanda turística, posteriormente se selecciona los actores claves ligados al turismo mediante la evaluación y monitoreo. Finalmente se realiza un análisis de las condiciones y características del territorio.

Metodología III. Manual para la planificación de productos turísticos (Dellepiani, 2014)

Para llevar a cabo el desarrollo de esta fase integral, se propone herramientas para la etapa inicial en el desarrollo de productos turísticos. En la primera parte el documento presenta una revisión de conceptos básicos sobre producto turístico para luego ahondar en el proceso metodológico que incluye el Análisis del destino turístico, la Conceptualización y el Diseño del producto turístico, para terminar con el Plan de acción para el desarrollo del producto turístico.

Metodología IV. Diseño de indicadores de gestión y desarrollo turístico rural seguimiento y evaluación (Campos y González, 2015)

En esta fase se describen las actividades turísticas y el apoyo institucional al desarrollo y la promoción del turismo (políticas públicas, políticas ambientales, planes, regulaciones). Donde el turismo rural debe contar con la superestructura e infraestructura turística. Además el modelo de gestión debe llevar consigo la coordinación de los actores del turismo en el territorio y su aplicación de instrumentos normativos y de planeación del territorio requiere tener como base, un profundo y acabado conocimiento de las variables que son las estratégicas para el turismo rural en dicho destino y su sustentabilidad (una positiva imagen por ejemplo) y que por esa razón deben ser identificadas, analizadas y seguidas con una frecuencia y técnicas adecuadas.

De acuerdo a la investigación de metodologías se establece un cuadro comparativo de las etapas utilizadas para el desarrollo de productos turísticos rurales en el que se muestra a continuación.

Cuadro 8. Metodologías para el desarrollo de productos para el fomento del turismo rural en el destino Puerto López

AUTORES			
Hernández (2010)	**Plaza (2013)**	Dellepiani **(2014)**	**Campos y González (2015)**
Fases	**Fases**	**Fases**	**Fases**
Identificación de variables para el desarrollo de productos turísticos rurales. Diagnóstico Recursos e imagen de un destino turístico.	Diagnostico turístico. Inventario de la planta turística. Análisis de la demanda turística. Selección de actores claves ligados al turismo. Análisis de las condiciones y características del territorio.	Análisis del destino. Conceptualización del producto turístico. Diseño del producto turístico. Plan de acción para el desarrollo del producto turístico.	Análisis de la política pública. Análisis de las políticas ambientales. Análisis de la aplicación de instrumentos normativos y de planeación del territorio. Diseño de indicadores de gestión y desarrollo turístico.

Fuente: Elaboración propia**.**

Se realizó el análisis comparativo de metodologías, expuestas por los autores en la matriz de criterios presentados en el cuadro 3.1, con el objetivo de

contrastar las fases utilizadas por los autores y aplicar las más apropiadas en la presente investigación.

Cuadro 9. Leyenda de criterios

1. Identificación de variables para el desarrollo de productos turísticos.	**5.** Análisis de la demanda turística.	**10.** Plan de acción para el desarrollo del producto turístico.
2. Diagnostico	**6.** Selección de actores clavé.	**11.** Análisis de la política pública.
3. Recursos e imagen de un destino turístico.	**7.** Análisis de las condiciones y características del territorio.	**12.** Análisis de las políticas ambientales.
4. Inventario de la planta turística.	**8.** Conceptualización del producto turístico.	**13.** Análisis de la aplicación de instrumentos normativos y de planeación del territorio.
	9. Diseño del producto turístico.	**14.** Diseño de indicadores de Gestión y desarrollo turístico.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 10. Matriz de integración de criterios

No	**Año**	**Autor**	**Fases**													
			1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**14**	**Total**
1	2010	Hernández	x	x	x												**3**
2	2013	Plaza		x		x	x	x									**4**
3	2014	Dellepiani		x		x				x		x					**5**
4	2015	Campos y											X	x	x	x	**4**
ACTIVIDADES UTILIZADAS PARA LA METODOLOGÌA																	
Diagnóstico turístico																	
Diseño de producto turístico																	
Plan de acción del producto turístico																	

Fuente: Elaboración propia

La metodología que se muestra con anterioridad definen claramente los criterios de la investigación, integrado por modalidades y perspectivas de varios autores; para lo cual Hernández (2010), Plaza (2013) y Dellepiani (2014) coinciden que para el desarrollo de productos del turismo rural en el destino

Puerto López es necesario realizar como primera fase un diagnóstico turístico; Plaza (2013) y Dellepiani (2014) menciona en su metodología que para el fomento de productos turísticos rurales se es necesario el inventario de la planta turística, a lo que el autor Dellepiani (2014)designa en su investigación el diseño de productos turísticos como recurso e imagen de un destino turístico.

3.2. PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

A continuación, se muestra el diseño metodológico elaborado por los autores de la actual investigación, una vez que se han considerado no solo las propuestas o modelos planteados anteriormente, sino también que estén aplicadas al desarrollo de productos para el fomento del turismo rural en el destino Puerto López.

Cuadro 11. Metodología para el desarrollo de productos para el fomento del turismo rural en el destino Puerto López.

FASES	ACTIVIDADES	HERRAMIENTAS/MÉTODOS
FASE I. Diagnóstico Turístico Integral.	• Líneabase del destino turístico. • Identificación de los espacios o atractivos rurales de Puerto López. • Análisis del FODA.	1.- Ficha de diagnóstico 2.-Catastros turísticos 3.-Ficha de inventario turístico 4.-Entrevistas 5.-Metodo analítico y sintético. 6.- Matriz FODA
FASE II. Diseño de Producto Turístico	• Estudio de mercado turístico (demanda / oferta) • Evaluación del potencial turístico de espacios inventariados. • Desarrollo de productos turísticos en el área de estudio. • Identificación de las cuatro P del Marketing.	1.- Encuestas 2.- Entrevistas 4.-Matriz de potencialidades 5.-Matriz de producto y mercado turístico. 6.-Matriz de destino. 7.-Ficha de conceptualización de producto turístico 8.- Herramientas del marketing mix 9:- ,Método analítico/ descriptivo
FASE III. Plan de acción del producto turístico	• Desarrollar un plan de acción para el fomento del turismo rural.	1.- Matriz de plan de trabajo

Fuente. Elaboración propia

3.3. DESCRIPCIÓN DELAS FASES DE INVESTIGACIÓN

FASE I. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO INTEGRAL

Se llevó a cabo el análisis territorial del destino turístico Puerto López y la recopilación de información mediante la visita de campo y utilizando una ficha de diagnóstico y catastro turístico estableciendo la línea base. Así se pudo identificar los espacios o atractivos rurales del cantón haciendo la visita de estos y realizando una ficha de inventario quedando documentado y analizando la situación actual de éstos.Para la determinación del análisis de inversión pública y privada se realizó entrevistas a las autoridades competentes del sector turístico y finalizando con un análisis FODA de acuerdo a toda la información recopilada.

FASE II. DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO

Para la fase II se inició con un estudio del mercado turístico donde se empleó encuestas para el estudio de la demanda y en cuanto al estudio de la oferta se realizó entrevistas a las autoridades responsables de la dirección de la actividad en el cantón donde se obtuvo información documentada. Así también se realizó una matriz de potencialidades donde se evalúan cada uno de ellos identificando el potencial mayor y el potencial emergente para luego realizar en base a ello los productos turísticos en el área de estudio mediante una matriz de destino y con la ficha de conceptualización de un producto turístico. Por último, se hace uso de las cuatro P del marketing mix para direccionar los productos y sean viables.

FASE III. PLAN DE ACCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Se establecerá una herramienta de estrategias para la definición de criterios y estrategias para la introducción del producto al mercado, luego se desarrolló un plan de promoción turístico para los productos y posterior serealizó la creación de una marca de los productos de turismo rural propuesto. Para todo ello se presenta una matriz de plan de trabajo.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El presente capitulo recoge el progreso de la metodología propuesta para el desarrollo de productos turísticos, para el fomento del turismo rural en Puerto López. De manera que se exponen los resultadosdel mismo acorde a las fases con sus respectivas actividades planteadas.

4.1. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO INTEGRAL

4.1.1. ANÁLISIS TERRITORIAL DEL DESTINO TURÍSTICO

El cantón Puerto López fue constituido el 31 de agosto de 1994 por resolución del Congreso Nacional, se encuentra ubicado en el suroeste de la provincia de Manabí, entre los ´13.07” S y $80^0$47´41.03” de longitud occidental. Datos tomados del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Puerto López (PDYOT 2015).

Figura 11. Mapa cantón Puerto López
Fuente: Visor mapas IEE

Para ampliar la información del objeto de estudio consecutivamente se exponen datos de carácter general respecto al cantón Puerto López.

Cuadro 12. Datos generales

DATOS GENERALES DEL CANTON PUERTO LÓPEZ	
UBICACIÓN, EXTENSIÓN Y LIMITES	Manabí, 449 km^2, N: Jipijapa, S: Santa Elena, E: Jipijapa, O: Océano Pacifico. Altitud: 3 m.s.n.m
OROGRAFÍA	Extensas llanuras y montañas
CLIMA	Min: 20 ^{0}C y Max: 30 ^{0}C. Pluviosidad promedio 161.5 hasta 1120 mm. Tropical húmedo seco.
HIDROGRAFÍA	Rio Ayampe
ORGANIZACIÓN POLÍTICA	Cabecera cantonal: Puerto López Cabecera Parroquial: Machalilla y Salango
POBLACIÓN	20.451 habitantes (INEC 2010) área rural 10.581 y área urbana 9.870 habitantes.
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Nivel primario con 45,74 %, nivel secundario con un 22,70%, nivel de educación superior con un 6,45 %; sin ningún nivel de educación con un 7.98%

Fuente: PDYOT Puerto López 2015

Seguidamente; se describirá brevemente al cantón desde varios componentes fundamentales, los mismos que están relacionados a los socioculturales, económicos, ambientales y gobernanza.

COMPONENTE ECONÓMICO

La población esta económicamente activa tanto en la parte urbana como rural, el 15% de los habitantes están involucrados directamente con el sector de la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, estos son los principales actores de los diferentes sistemas productivos. El 85% de la P.E.A se dedica al turismo, tanto en el área rural como urbana (Granda y Freijoó, 2017)

En el cantón Puerto López existe una gran cantidad de establecimientos comerciales que satisfacen las necesidades del área manufacturera, servicios, comercio. En el área comercial informal también existe una actividad interesante sobre todo en la venta de bebidas, artesanías y otros artículos que son ofertados por una diversidad de vendedores que recorren las playas y las principales calles de la ciudad sobre todo en temporada de playa (GAD cantonal, 2015, p 119). En el sector rural la actividad comercial está relacionada con la compra-venta e intercambio de productos agrícolas de ciclo

corto, frutas, animales domésticos y sobre todo la pesca. Para el expendio de los productos mencionados se dispone de un mercado, sin embargo, tradicionalmente el comprador llega a la vivienda o a la chacra del productor y adquiere los productos; en el sector pesca la comercialización generalmente se realiza en el puerto pesquero (playa). En los servicios se observa claramente que la mayoría de los establecimientos se concentran en alimentos y bebidas, hospedaje, telecomunicación; si consideramos que el cantón tiene una vocación turística podemos asumir que la dinámica del sector servicios se debe al consumo que realizan los visitantes especialmente en temporada alta. (Velázquez, 2015, p 44).

El cantón Puerto López forma parte de la Ruta del Spondylus lo que ha fortalecido la actividad turística del cantón constituyéndola actualmente en una fuente de ingresos económicos representativa para la población residente, las temporadas de mayor afluencia turística registradas están entre los meses de junio a septiembre, diciembre a marzo, también los feriados de carnaval y Semana Santa. Uno de los principales atractivo en Puerto López son sus playas las mismas que deleitan a turistas nacionales e internacionales que en su mayoría llegan desde Chile, Argentina y algunos países europeos especialmente Italia. Además, se establecen las siguientes áreas de reserva: área de reserva turística costera, área de reserva turística de Ayampe y área de reserva turística paralela a la Ruta del Spondylus tramo Puerto López-Ayampe. (GAD municipal, 2019)

COMPONENTE POLÍTICA-INSTITUCIONAL

En este ámbito se puede describir que el GAD Cantonal de Puerto López nunca contó con un edificio propio para ejercer sus diversas actividades municipales, debido a esto ubicaron su departamento en el área del Mercado Central y en la Iglesia, posteriormente se alquiló la casa del señor Santiago Navarro ubicada en la calle Juan Montalvo y Eloy Alfaro.

En la actualidad se encuentran en funcionamiento en la casa del Ing. Estuardo Mendoza Ayón ubicado en las calles Abdón Calderón, García Moreno y Avenida Machalilla cancela un aproximado de $ 1.300,00 al mes, en dicha propiedad laboran: Alcaldía, Procuraduría, Comunicación Institucional, Auditoría Interna, Secretaria General entre otros departamentos.

El trabajo del GAD Municipal es dado de manera descentralizada con la finalidad de realizar planificaciones a nivel cantonal en cuanto al control y gestión del territorio a través de ordenanzas en cuanto a la actividad turística y poder desarrollar la actividad de manera sólida y lograr un equilibrio económico y social. Cuentan con un POA en el que se designa un monto al año para proyectos y gestión del departamento para el desarrollo turístico local.

Dentro del POA se destacan proyectos de capacitaciones a los establecimientos de servicios turísticos así también, la implementación y adecuación de circuitos turísticos y a la vez para realizar las estrategias de promoción para la atracción del turista al cantón.

COMPONENTE SOCIO CULTURAL

En el cantón, la población etnia que predomina es mestiza con 16.514 que corresponde al 80,75%, seguido de montubio con 1.401 con un 6,85% y afro ecuatoriana con 1.017 con 4,97%. La comuna de Agua Blanca se considera descendientes de la cultura Manteña, por los restos arqueológicos que se han encontrado en el sector a más de las características y rasgos físicos. Del total de la población rural, un porcentaje no muy considerado se caracteriza como montubio, y los que se dedican a la pesca se identifican como cholos.

COMPONENTE AMBIENTAL

El territorio de Puerto López ocupa extensas llanuras del litoral. De la provincia del Guayas viene la cordillera costanera del Chongón _ Colonche que da

origen a los cerros de Paján y Puca. Las elevaciones no sobrepasan los 500 metros sobre el nivel del mar.

Las rocas existentes en el cantón Puerto López varían en edad desde: El Jurásico superior, Cretácico, rocas terciarias y depósitos sedimentarios Cuaternarios distribuidos en las partes bajas del sector que conforman los 26 niveles actuales de depósitos aluviales a lo largo de los ríos y esteros del cantón. El territorio Cantonal presenta en mayor proporción suelos montañosos y escarpados, los mismos que no permiten una mecanización; también se describen suelos colinados que permite mecanización con máquinas especiales, pero en los cuales se dificultan las tareas para riego.

El cantón tiene una superficie total de 42.743,08 ha, de las cuales, más del 96,48 % (41.514,31ha) corresponden a áreas ocupadas con fines de protección y conservación, uso antrópico (centros poblados, cementerios, complejos, gasolineras, ladrilleras, establos, piscinas de oxidación, subestación eléctrica y viveros), tierras improductivas (afloramiento rocoso, área salina, banco de arena, lodo, playa y suelos descubierto) y agua (albarrada, reservorio, pantano, lago, laguna, ríos dobles y el mar) a estas se las ha categorizado como “no aplicable” Los suelos en su mayoría son poco profundos a muy superficiales, con texturas fina a media y franco-arcillosa, franco arcillo-arenosa y franco arenoso, localizados en relieves de pendientes planas a onduladas, y una susceptibilidad a inundación alta a baja.

En Puerto López se encuentra situado el Parque Nacional Machalilla siendo este un área protegida del país debido a la biodiversidad que se encuentra en esta zona. Su flora se da en dos tipos de bosque, en la parte alta de la cordillera se encuentra vegetación correspondiente a bosque húmedo y en la parte baja es bosque seco encontrando 150 especies endémicas. En cuanto a su fauna es muy varia contando con 81 especies de mamíferos, 270 de aves y 143 de peces (Ministerio de Ambiente, 2019).

COMPONENTE INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO TURÍSTICO

El cantón Puerto López cuenta con la mayoría de los servicios básicos a continuación se detallará cada uno de ellos:

ENERGÍA

En la cabecera cantonal el 100% de la población cuenta con luz eléctrica, de la cual el 90% es legal y el 10% ilegal; mientras que la parroquia Machalilla cuenta con luz eléctrica el 100% la cual el 90% es legal y el 10% ilegal; y Salango cuenta con luz eléctrica el 100% los cuales todos son legales. Mientras que en la cabecera cantonal el 10% no tiene luz eléctrica, de la misma manera pasa con Machalilla con el 10%. Estos datos fueron obtenidos a través de la ficha de caracterización aplicada en las diferentes comunidades (GAD municipal, 2015, p 178).

En el destino se presenta escases del suministro de agua potable para los habitantes, a pesar de contar con este servicio básico ubicadoen la comuna Ayampe, la misma que según sus habitantes solo recoge el agua de rio y se mezcla con cloro es decir no existe un adecuado tratamiento del líquido. Es importante la intervención de la secretaria del Agua, tanto para el gobierno cantonal como para la empresa de agua.

TELECOMUNICACIONES

El cantón cuenta con el 5% de viviendas con cobertura telefónica convencional. El servicio de telefonía celular móvil es utilizado aproximadamente por el 22% de la población, cabe recalcar que la operadora que mejor cobertura inalámbrica ofrece es la red móvil de Claro en un 85% y un 15% la red móvil nacional CNT (GAD municipal, 2015, p 179).

INTERNET

El servicio de internet en la cabecera cantonal es el más elevado para las parroquias Machalilla y Salango ya que lo consideran de mucha importancia la cobertura este en sus parroquias brindando este servicio. Las empresas que brindan este servicio de cobertura de Banda Ancha son Claro y CNT.

ALCANTARILLADO

Los desechos orgánicos son descargados en su totalidad por pozos sépticos que sus habitantes han construido cerca de sus viviendas, debido a la falta de un alcantarillado en condiciones óptimas. Sin embargo, la parroquia Machalilla está en proceso de construcción y en Salango está terminado, pero solo abastece a un 40% de la población, ya que cuenta con una laguna de oxidación.

SALUD

En el cantón se evidencio 3 centros de salud uno en cada parroquia, los cuales disponen de servicio de prevención, recuperación de salud, emergencia, odontología y medicina general las mismas que en las dos parroquias rurales brindan atención durante 8 horas diarias, a excepción del centro de salud de Puerto López que labora las 24 horas con capacidad de hasta 10.000 habitantes entre los 3 centros de salud.

Cuadro 13. Salud

SALUD	
CENTRO DE SALUD PUERTO LOPEZ	24 HORAS (Lunes a Domingo)
CENTRO DE SALUD MACHALILLA	08h00-17h00 (Lunes a Viernes)
CENTRO DE SALUD SALANGO	08h00-17h00 (Lunes a Viernes)

Fuente: Elaboración propia a partir del PDOT 2015 - 2019

ACCESIBILIDAD

La cobertura del servicio liviano a la cabecera cantonal es aproximadamente el 90%, sin embargo, en los centros poblados de las parroquias Machalilla y

Salango existe un déficit porque cuentan con unidades intercantonal y algunas camionetas ejecutivas y moto taxi, ya que el destino no cuenta con suficiente señalética vial que permita guiar a los diferentes sitios. Mientras que en la transportación terrestre para la llegada al cantón existen varias empresas que brindan sus servicios en distintas rutas (GAD municipal, 2015, p 195).

Cuadro 14. Accesibilidad

NOMBRE EMPRESA DE TRANSPORTE	RUTA	FRECUENCIAS
Cooperativa de transportes "Jipijapa"	De Guayaquil a Puerto López	4 diarias
Cooperativa "Carlos Alberto Aray"	De Quito a Puerto López	2 diarias
Cooperativa Interprovincial "Manglar alto"	De Jipijapa a Santa Elena	Cada 30 minutos
Cooperativa Intercantonal "Manta"	De Manta a Puerto López	Cada 2 horas
Cooperativa "Reales Tamarindo"	De Portoviejo a Ayampe	Cada 2 horas

Fuente: Investigación de campo

COMPONENTE DE GOBERNANZA

En la siguiente tabla de resumen que se presenta está basado en la entrevista que se realizó a los diferentes agentes del sector turístico en el cantón.

Cuadro 15. Resumen de preguntas de las entrevistas a gestores públicos

PREGUNTAS	GESTORES PÚBLICOS	
	ITUR PUERTO LOPEZ (LCD ANGEL PINCAY)	**SALANGO (LCD CELIA PINCAY)**
¿Se han diseñado y aplicado proyectos para potenciar el turismo en el destino? Si la respuesta es afirmativa ¿de qué tipo?	Actualmente proyectos que estén en marcha no, de los proyectos que se realizaron anteriormente se están evaluando hasta qué punto han sido aplicable y la sostenibilidad que puedan tener en el tiempo, y la dinamización de la economía local. -Proyecto para personas con capacidades especiales, adultos mayores y niños en el balneario sur del malecón de Puerto López. -Proyecto Ruta del Colibrí.	No se han diseñado proyectos para potenciar el turismo.
¿Considera Ud. que el cantón presenta los atractivos turísticos y la infraestructura necesaria para poder desarrollar con mayor intensidad el turismo?	El malecón, muelle han tenido mayor impacto en la generación de recurso y en la parte estética del cantón como tal.	Si cuenta con atractivos turísticos.
¿Cuánto es el estimado de inversión en el mejoramiento	Tiene recursos limitados se autoestima $160.000 para el cantón, no solo para turismo.	No cuenta

de servicios básicos y complementarios relacionados al desarrollo del turismo en el destino?		
¿Cree que existe real interés en potenciar el sector turístico por parte del (GAD) y otros agentes? Si la respuesta es afirmativa ¿Qué planes o programas específicos existen en la actualidad?	El turismo cambio la cara de Puerto López en los últimos 20 años lo que no hizo la pesca en 100 por ejemplo, si existe interés por el municipio es una de las actividades generadoras de economía lo malo es que no se lo impulsa. Dentro de los planes es seguir posicionando las líneas de acción, capacitando al recurso humano en idioma y prestación de servicio.	Existen entidades que ayudan a la promoción, necesitan la autogestión para la elaboración de proyectos. -Festival de la Balsa Manteña.
¿Existen iniciativas conjuntas con el sector privado para potenciar el turismo? ¿Cuáles son y que se ha alcanzado?	No hay participación activa solo de palabra pero a la hora no se confirma nada.	Solo con al Polar
¿Existen propuestas que busquen desarrollar el turismo rural en el destino puerto López, ¿cuáles y que acciones se han realizado?	Existe potencial para desarrollarlopero es poco los que lo realizan como se debe.	No cuentan
¿Se ha desarrollado una marca o imagen que trate de promocionar y comercializar el destino puerto López como un solo producto?	Actualmente no hay una marca como cantón. Pero existe el logo del festival de Ballena.	No cuenta con marca turística.
¿Existe un plan de desarrollo turístico en el destino y cuáles son sus objetivos estratégicos?	Actualmente se está actualizando el plan de desarrollando, incluso ya está en la parte final trabajo en conjunto con los estudiantes de la maestría de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.	No cuenta con plan de desarrollo turístico
¿Existe algún organismo descentralizado público o privado que gestione la generación de información y promoción para la comercialización del destino turístico puerto López?	No existe	Solo con el GAD
¿De qué manera se vincula la comunidad receptora en el desarrollo del destino turístico?	Está vinculada en el sentido de las líneas de trabajo, se los involucra con sus emprendimientos llevándolos a exponer en los diferentes festivales al que están invitados.	Solo en temporada de feriados se activan con mingas y ayuda de embellecer la parroquia.
¿Cuáles son las actividades más atractivas y típicas de la zona para el turismo?	Lo tradicional es sol y playa, el turismo rural lo toman de manera más básica.	Smoking y visita a las islas.
¿Conoce Ud. cuál es el número de llegadas de turistas a Puerto López?	Dato promedio 289.000 en el 2017 70% nacionales y 30% extranjeros.	No conoce

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la gestión pública del cantón Puerto López se centra realizar mejoras ý direccionas al turismo ya que se han visto avances en los últimos 20 años gracias a esta actividad pese al limitado recurso económico. Así también se evidenció que actualmente no cuentan con un plan de desarrollo turístico y

por ende tampoco con un plan de marketing. De cierta manera la población se involucra en la adecuación y mantenimiento de la zona de la playa debido al alto ingreso de turistas a la zona. Por parte del GAD municipal la gestión es muy limitada.

Cuadro 16. Resumen de preguntas de las entrevistas a prestatarios de servicios

PREGUNTAS	PRESTATARIOS DE SERVICIOS		
	SLOWFOOD ARTE SANO (ALEJANDRA JILL - AYAMPE)	**BAR EL BARQUITO (SAMUEL MARTINEZ – AGUA BLANCA)**	**OPERADORA DE TURISMO (SALANGO TOURS)**
¿Qué turistas visitan este destino?	Un 60% nacional y 40% extranjeros	Nacionales y extranjeros	Extranjeros y nacionales
¿Temporada?	Julio a agosto	Julio a septiembre	Junio a septiembre
¿Cómo cree Ud. que identifican los turistas al destino Puerto López?	Por turismo de naturaleza por la Isla de la Plata y Salango, turismo de aventura	Por el Parque Nacional Machalilla, Agua Blanca, Frailes.	Por Isla Salango
¿Que se conoce o se recomienda en las redes sociales sobre el destino Puerto López?	Por el Surf, Parque Nacional Machalilla, Agua Blanca, la ruta del Colibrí es muy poca accionada como la preparación del cacao, aunque si es preguntada.	Isla de la plata, los Frailes y Agua Blanca	No conoce
¿Cree Ud. que conoce el segmento de mercado que visita el destino o producto?	Alemanes, australianos, argentinos, franceses.	Europeos, argentinos, colombianos, y los nacionales	EE. UU, Francia
¿Edad promedio del visitante?	De 20 a 40 años	De 18 a 30 años	De 45 a 60 años
¿Cuánto es el gasto promedio de los turistas que visitan el lugar?	Es muy relativo por los mochileros gastan $10 y los extranjeros $100.	Promedio $50.00	Promedió de $15 a $35
¿Por lo general cuanto son las noches de pernoctación en el destino?	Una noche o dos	Turismo momentáneo una noche o dos máximos.	Un día
¿Cuál es la percepción del turista en cuanto a servicios básicos y complementarios?	Se quejan del agua potable, la energía se les va la luz, señales muy poco.	Percepción de quejas por gasto de entrada.	Precepción regular
¿Cuál es la percepción del turista en cuanto a la planta turística?	Percepción buena	Percepción regular	Percepción buena
¿Cuál es su perspectiva de crecimiento del sector del turismo en el destino?	Percepción buena	Percepción alta	Percepción media
¿Qué cree Ud. que hace único o auténtico el destino puerto López	Lo vivencial, no saturado a la ciudad.	Si por la playa los Frailes por la seguridad	Avistamiento de ballena

ante los viajeros?			
¿Cuáles piensa Ud. que son los iconos o atractivos que generan demanda al destino Puerto López?	Sol y playa y avistamiento de ballena.	Museo, urnas funerales, silla del poder, culturaManteña y la Laguna de Agua Blanca.	Agua Blanca, Los Frailes, Isla Salango.
¿Qué cree Ud. que hace falta para el crecimiento del destino Puerto López?	Promoción, profesionalización del recurso humano, organización e inversión publica	Falta de inversión pública y privada, servicios básicos, accesos e infraestructura.	Accesos, promoción, inversión pública y privada, diseño de productos.
¿El destino posee una marca o imagen que lo identifique? Cual	No posee	No, solo la silla del poder	No posee
¿Existe un organismo público o privado que se encargue de la promoción equipamiento y formación de la calidad del producto o destino?	No conoce	No existe	No conoce
¿Qué limitantes observa Ud. para potenciar la actividad turística rural en la zona?	Convenios con tours	El acceso a las otras comunidades y limitaciones con la oferta turística.	Empresa de pescado que operan en el lugar genera contaminación hace que se vaya el turista.
¿En la escala del 1 al 5 en cuanto considera Ud. que las poblaciones de las comunidades rurales tienen interés en diversificar la oferta del turismo rural en el cantón?	Una escale de 1, para no saturar el ambiente.	Una escala de 3	Una escala de 3
¿De qué forma cree Ud. que se podrá potenciar la actividad turística en la zona?	Por medio de todas las actividades que tienen.	Potenciando otras comunidades dando diversificación, como Pedro Pablo Gómez, pero falta promoción.	Potenciando el turismo de naturaleza

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los prestatarios de servicios tienen conocimiento de la afluencia de turistas al cantón mencionando identificándolos que la mayoría son nacionales y una pequeña parte son extranjeros que buscan los atractivos naturales especialmente sus playas y el avistamiento de ballenas que se da en la temporada de julio a septiembre. Así también menciona que los servicios básicos son muy carentes además de contar con la inversión de recursos fiscales o privados y la limitada promoción turística.

LAS TIC EN LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

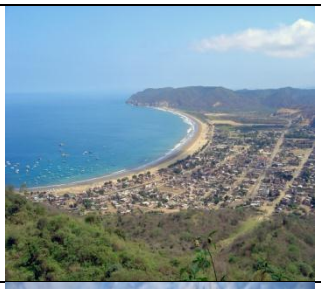
Las TIC son las tecnologías de la información y comunicación, es una herramienta que se ha incrementado en los últimos años y que se encuentra cada vez hay nuevos cambios para maximizar el aprovechamiento de esta herramienta que permite dar a conocer cierto producto o servicio a las personas. En el caso del cantón Puerto López no se encuentra plenamente desarrollado este instrumento debido a la falta de conocimiento o capacitación en el área. Con las TIC la facilidad de acceder a productos turísticos es evidente ya que no existe barrera o distancia para acceder a él. Cada vez son más frecuentes los ciberespacios en el cual son expuestos los programas, productos, servicios turísticos entre otros, los mismos que podemos acceder sin ningún inconveniente a través de las páginas webs. Dentro de estas páginas se puede encontrar toda la información de interés con precisión. Esta herramienta de gran importancia para potencializar el desarrollo de un producto o destino. (Coma Elorieta Torres 2015 p 2)

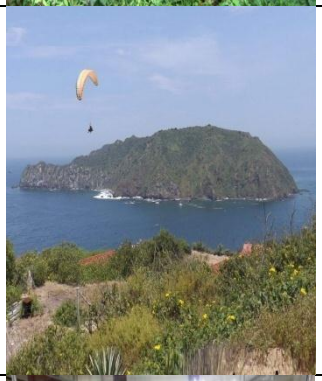
4.1.2. IDENTIFICACIÓN DE LOS ESPACIOS RURALES DE PUERTO LÓPEZ

Para la identificación de los espacios rurales de Puerto López, se utilizó el inventario del Ministerio de Turismo del Ecuador, el cual tiene un proceso que registraordenadamente los factores biológicos, físicos y culturales que posee el destino. El inventario incluye los recursos que serán aprovechados para fines turísticos a continuación cuadro de resumen de recursos que serán tomados en consideración.

Cuadro 17. Resumen de cronograma

Atractivo	Descripción	Imagen
Playa de los Frailes	Es considerada una de las pocas playas que todavía mantiene sus características naturales. Está ubicada entre los poblados de Machalilla y Puerto López. Se llega a esta playa natural sin ninguna edificación y protegida por acantilados.	

Parcela Marina de Salango	Es una área de entre 200 a 300 m2, limitada con boyas, la parcela marina es un lugar establecida para la conservación de especias marinas que viven en las rocas a poca profundidad y para el uso de bañistas y personas que gustan realizar actividades recreativas como el snorkeling y buceo deportivo.	
Bosque Nublado de San Sebastián	Se puede observar paisajes con quebradas y colinas escalonadas la cual están completamente cubiertas de vegetación. Está ubicado entre los 1.500 y 3.000 metros. Se puede apreciar la abundancia de plantas sobre los árboles; como musgos, helechos, bromelias. El clima de este bosque es húmedo. Su temperatura varía entre los 25 y 29 grados centígrados.	
Playa de Puerto López	Tiene una extensión entre 3.5 y 4 kilómetros. La mayor densidad poblacional e infraestructura física de servicios, comercio y vivienda, se encuentran en el sector plano de la playa. El agua se presenta de color verde claro, se encuentra una ensenada amplia. La arena se presentasemigruesa, de color gris claro. Su temperatura varía entre los 25 y 29 grados centígrados.	
Bosque Seco El Rocío	El Bosque Seco el Roció tiene una altura aproximadamente de 230 m.s.n.m. Cuenta con una espléndida vista sobre el perfil costero y el mar, los recorridos por los senderos establecidos pueden ser de 3 Km. a 3,50 Km. haciendo un circuito completo (hasta las playas Rosada y Dorada. El mar se observa limpio y libre de contaminaciones, por lo que consideramos un lugar que está en óptimas condiciones para realizar turismo.	
Parque Nacional Machalilla	Es el único Parque en este país que posee tres áreas: Continental, Marina e Insular y una extensión de 55.000 has, tiene diferentes zonas de vida tanto en el área terrestre como marítima. Esta área natural posee una enorme riqueza en Flora y Fauna con algunas especies endémica y matizada de una belleza paisajística única, favorecida por islas playas, acantilados, arrecife coralino y un fondo Marino muy Biodiverso.	

Sendero Bola de Oro	Paisaje de quebradas y colinas circundantes no erosionadas ya que están completamente cubiertas de vegetación. Hacia el suroeste, podemos observar colinas escalonadas. Ademásabundante y variada vegetación y ríos con aguas cristalinas lleva desde bosque seco a bosque húmedo primario y secundario, con características similares de la selva amazónica, gran variedad de especies vegetales y animales.	
Isla Salango	La isla cuenta con bosque seco, la cual tiene manchas blancas debido al guano de las aves sobre los árboles acantilados y laderas. La isla cuenta con una geografía irregular con una vegetación exuberante en lugares expuestos al viento. Alrededor de la isla hay una gran riqueza de especies marinas, la cual se encuentran debajo de las rocas en la cual se refugian pulpos, cangrejos, peces como la morena, estrellas de mar, erizos, langostas, Pepinos de mar y otros moluscos.	
Comuna Agua Blanca	Cuenta con un rio de agua dulce en tiempos de invierno y un pozo de agua azufrada que es permanente. Podemos encontrar especies como: árboles de algarrobo, barbasco, arbustos. Además se puede encontrar a loros, pericos, negro fino, garrapatero, caique, gavilán, pico rojo. La visita de turistas es limitada en el área de arqueología y las urnas funerarias las que se encuentran en el poblado.	
Laguna Agua Azufrada Agua Blanca	En la laguna de agua azufrada de la comuna Agua Blanca es de origen volcánico tiene una profundidad de 8 metros en el centro donde se encuentra el manantial que alimenta a la misma, el agua aparentemente es negra sin embargo es transparente, su coloración se debe porque en el fondo contiene lodo azufrado. Sus aguas contienen propiedades medicinales para la piel la cual contiene el 70% de azufre.	
Playa De Machalilla	El agua se presenta transparente, de color verde claro, es muy limpia y con poca sedimentación por lo que es ideal para recrearse especialmente en la parte sur que es un área con escasas olas y corrientes. La playa se encuentra en una ensenada amplia. La arena se presenta semigruesa, de color gris claro y en algunos sitios depósitos de grabas y cascajo especialmente en los meses de lluvias.	

Mirador Los Frailes	Los Frailes es una de las playas más hermosa de Ecuador caracterizada por su entorno natural. En vegetación podemos encontrar: pechiche de mar, manzanillo, planas suculentas y especialmente en la desembocadura de un riachuelo invernal esta siempre verde y densa vegetación. Se pueden ver lagartijas, variedades de cangrejos incluso el cangrejo ermitaño. El clima de la Playa está caracterizado por altas temperaturas que promedian entre los 25 y 29°c, debido a que se mantienen a la brisa marina; con un bajo nivel de precipitaciones. La arena es amarilla, densa y muy limpia.	
Playa De Salango	La parte norte de la playa tiene diversidad de plantas adaptada a la parte alta de la arena y bordeada por matorral. Pocos árboles como el algarrobo la vegetación sirve de hábitat para numerosas especies de vertebrados e invertebradas, incluyendo cangrejos, insectos, lagartijas, aves, conejos silvestres y animales carnívoros como cabeza de mate y oso labrador. Al extremo norte existen crustáceos y moluscos de la zona interna real y aves playeras las cuales se alimentan de cangrejos como las garzas nocturnas.	
Playa La Playita Punta Piqueros	La playa punta piqueros su agua es limpia, tiene olas grandes su extremo sur por lo que es también un buen sitio para practicar surf.. Esta playa es conocida por la amidación de 4 especies de tortugas marinas. En el bosque seco entre la playa y la carretera hay buena diversidad de FLORA Y FAUNA.	
Museo y Sitio Arqueológico Agua Blanca	Está ubicada al norte del Cantón Puerto López y sur de la parroquia Machalilla en la Cuenca del Río Buenavista, gran parte de este territorio forma parte del Parque Nacional Machalilla. Muestras arqueológicas y etnográficas. Clasificación de la muestra crono cultural en secuencia horizontal y en cada periodo por materiales y forma; los alineamientos cuadrilaterales de piedras se encuentran en su lugar original de emplazamiento; en el museo los objetos se encuentran en vitrinas y estanterías adosadas a las paredes y pilares de la edificación.	
Museo Arqueológico de Salango	Colecciones al interior: arqueológicas Clasificación de las colecciones: Crono cultural en secuencia horizontal en cada periodo, por materiales y formas. Pureza de la colección: Originales y	

	contextualizadas.	
Festival Gastronómico Ancestral Y Cultural - Puerto López	Este festival gastronómico se realiza en el cantón Puerto López en el mes de abril días antes de la llegada de la semana santa ,es Organizado por el departamento de turismo del GAD municipal del cantón Puerto López con el apoyo del Ministerio de Turismo. Se lo viene realizando desde el año 2011 trata de exponer los más variados platos típicos, comidas ancestrales y otras delicias elaborados con productos de la zona. y muestra el arte culinario existente en el cantón y sus comunidades. PLATOS TIPICOS: Pescado horneado en leña con técnica ancestral (albacora, sardina) MARISCOS EN DIFERENTES PRESENTACIONES: (arroces, ceviches, sopas, cazuelas, encebollados, corviches, etc.) PLATOS ELABORADOS CON GALLINA CRIOLLA. (Tongas, estofados, caldos, greñoso, etc.) HORNADO DE CHANCHO :(especie de sango con carne de cerdo y maní) POSTRES:(torta de choclo, pan negro, etc.)	
Museo Y Zona Arqueológica Rio Chico (Piquero De Patas Azules)	Localización: Valle del Río Chico, desembocadura entre Salango y Ayampe. Distribución espacial de restos: Emplazamientos de orilla, línea costera en ambiente de manglar. Museo: emplazado en área excavada al interior de la zona arqueológica. . Colecciones al interior: Arqueológica.	
Fiesta de San Pedro y San Pablo	Los días 27, 28, 29 y 30 de Junio de cada año como acto de veneración a los Santos Apóstoles Pedro y Pablo en la zona de Puerto López, se celebra la fiesta tradicional folclórica de los Blancos y los Negros, todo esto por iniciativa y entusiasmo de los moradores de toda la zona como aporte a mantener la gran riqueza cultural, la manifestación está patrocinada por la autoridades del cabecera cantonal,, el gobierno municipal del cantón Puerto López, el Concejo Provincial, La Junta Parroquial, la Casa de la Cultura Benjamín Carrión Núcleo de Manabí – extensión Puerto López, organizaciones públicas y privadas y el pueblo comprometido.	
Festival de la Balsa Manteña	La motivación de esta manifestación viene desde épocas ancestrales con la construcción de las balsas por los primeros habitantes de la región de Salango. La fiesta se da desde el año de 1992 el 12 de octubre, coincidiendo con el día de la Raza que se recuerda a nivel mundial. A este evento vienen un sin número de visitantes ya que las manifestaciones que se dan son muy llamativas y propias de la región de Puerto López.	

Festival Internacional de observación de Ballenas Jorobadas.	La Creación del Festival de Ballenas se dio en el año de 1999, esta idea surgió a partir de la devastadora presencia del Fenómeno del Niño razón por la cual desde el mencionado año el turismo se vio paralizado en toda la zona y nadie hacia nada por reactivar la actividad turística, entonces bajo la iniciativa de un grupo de emprendedores turísticos se propuso al señor alcalde de esa época la realización del Festival de las Ballenas, todo con el fin de llamar la atención de los operadores turísticos de la país y del exterior, de la prensa, radio y televisión y de las autoridades. Logrando de esta manera que desde este año la realización del festival que en el tiempo actual tiene una connotación internacional y de conservación hacia estos cetáceos que visitan las costas del país entre los meses de junio a septiembre de cada año. El festival tiene su punto inicial en un desfile que se da el 21 de junio de cada año con la activa participación de toda la comunidad de Puerto López, autoridades nacionales invitadas y por supuesto los visitantes tanto nacionales como internacionales.	

Fuente: Elaboración propia.

En base a lo presentado, se puede deducir fácilmente que la oferta turística que trabaja Puerto López está orientada a la modalidad de turismo de sol y playa, así como el turismo de naturaleza principalmente. Por lo que la actividad turística se está tratando de enmarcar a lo rural de acuerdo a las necesidades y deseos que el turista requiere que tenga el destino.

4.1.3. ANÁLISIS INTEGRAL FODA

El análisis FODA realizado en el cantón Puerto López, permitió evidenciar datos relevantes con los que dispone el destino, fortalezas como su belleza paisajística privilegiado por un ecosistema único albergando flora y fauna endémica motiva al visitante a conocerlo además de ser un área protegida de interés nacional e internacional, su accesibilidad e infraestructura influyen a implementar la práctica del turismo rural en el destino dinamizando la oferta establecida hasta el momento.

Obtenidos los parámetros a ponderar del FODA se procedió a cruzar la información de los distintos cuadrantes a partir de las cuales se les asigno un valor cualitativo y cuantitativo en donde:

Cuadro 18. Ponderación de la matriz FODA

1	2	3
Poco	Regular	Mucho

Fuente: Elaboración propia.

Luego se llenó la siguiente tabla según los interrogantes, se sumaron los valores horizontales y verticales, determinándose el valor total de cada cuadrante y el total general.

Cuadro 19. FODA

Fortalezas	**Oportunidades**
• Interés hacia el turismo rural por parte de las comunidades • Área protegida de interés nacional • Avistamiento de ballenas jorobadas • Precios accesibles • Guías nativos calificados • Buena relación entre el departamento de turismo y junta parroquial de Salango • Sitio de interés arqueológico • Cuenta con servicios turísticos básicos • Existencia de operadoras turísticas locales • Sitio de apareamiento y reproducción de ballenas jorobadas • Posee un muelle para embarcaciones	• Apoyo de ONG • Proyectos universitarios • Afluencia de turistas extranjeros • Excelente ubicación • Arribo de cruceros a Manta
Debilidades	**Amenazas**
• Manejo inadecuado de los desechos • Promoción turística limitada • Vías de acceso al sector rural en mal estado • Desinterés por diversificar la oferta turística • Inexistencia de una marca que los identifique en el mercado turístico • Carencia de servicios básicos • Inexistente planificación turística rural	• Crisis económica • Destinos competitivos • Movimientos sísmicos • Pérdida de recursos existentes en el lugar • Impuestos elevados

Fuente: Elaboración propia

ESPAMMFL
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ

Carrera de TURISMO

			ANÁLISIS EXTERNO												
			OPORTUNIDADES					TOTAL	AMENAZAS					TOTAL	TOTAL FORTALEZAS
			O1	O2	O3	O4	O5		A1	A2	A3	A4	A5		
ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS	F1	3	3	3	3	3	15	2	2	1	3	1	9	24
		F2	3	3	3	3	3	15	0	3	0	3	0	6	21
		F3	2	1	3	2	3	11	2	3	1	1	1	8	19
		F4	0	0	3	1	3	7	3	3	0	0	2	8	15
		F5	3	3	3	0	3	12	1	3	0	1	0	5	17
		F6	2	3	1	0	1	7	0	3	0	1	0	4	11
		F7	3	3	3	1	3	13	1	3	0	2	0	6	19
		F8	1	0	1	2	1	5	1	0	2	1	0	4	9
		F9	3	2	1	0	1	7	1	1	2	1	2	7	14
		F10	2	1	2	1	2	8	1	0	0	3	2	6	14
		F11	2	1	2	1	0	6	0	2	3	2	1	8	14
	TOTAL		24	20	25	14	23	106	12	23	9	18	9	71	TOTAL DEBILIDADE
	DEBILIDADES	D1	1	2	2	1	2	8	0	3	0	3	0	6	14
		D2	2	3	3	3	3	14	0	3	0	3	0	6	20
		D3	2	2	3	1	3	11	2	3	1	0	0	6	17
		D4	1	1	2	3	2	9	0	3	0	3	0	6	15
		D5	3	3	3	3	3	15	0	3	0	2	0	5	20
		D6	0	0	3	1	3	7	2	3	2	0	0	7	14
		D7	1	3	3	3	3	13	2	3	1	3	1	10	23
	TOTAL		10	14	19	15	19	77	6	21	4	14	1	46	
	TOTA OPORTUNIDA		34	34	44	29	42	TOTAL AMENAZAS	18	44	13	28	10		

Figura 12. Ponderación Matriz FODA

Fuente: Elaborada por autores

En secuencia del mismo se procedió a la selección de la fortaleza, amenaza, debilidad y oportunidad mayor obteniéndose con la relación de cada cuadrante más los números de ponderación ya establecidos anteriormente en donde:

Cuadro 20. Resultado de FODA

FORTALEZA MAYOR	DEBILIDAD MAYOR
✓ Interés hacia el turismo rural por parte de las comunidades	✓ Promoción turística limitada
OPORTUNIDAD MAYOR	**AMENAZA MAYOR**
✓ Afluencia de turistasextranjeros	✓ Destinos competitivos

Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

De acuerdo con la matriz de ponderación se pudo determinar que el cuadrante de las fortalezas con las oportunidades es de mayor puntuación, de manera que se establecerán estrategias ofensivas (Maxi- Maxi) logrando desarrollar las fortalezas aprovechando las oportunidades permitiendo un trabajo integral hacia el desarrollo local.

PROBLEMA ESTRATÉGICO GENERAL:

Si se presencia un incremento de destinos turísticos competitivos, tomando en cuenta la limitada promoción turística del cantón y aunque se disponga del interés de los pobladores por el desarrollo del turismo rural, no podría desarrollarse plenamente la visita de extranjeros en el destino.

SOLUCIÓN ESTRATÉGICA GENERAL:

Aprovechando plenamente el Interés hacia el turismo rural por parte de las comunidades, en conjunto con la afluencia de turistas extranjeros a la localidad, se implementan alternativas como la creación de nuevos productos que permitan minimizar la competencia de destinos turísticos cercanos y mediante una campaña agresiva a través de redes sociales superar la limitada promoción turística del cantón.

4.2. DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO

4.2.1. ESTUDIO DE MERCADO TURÍSTICO

Para la obtención de resultados se lo realizó por medio de encuestas, entrevistas a gestores públicos y prestatarios de servicios las cuales se evidencian en las siguientes tablas y gráficos.

4.2.1.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

El universo de estudio seleccionado para esta investigación fue la población de turistas que visitan Puerto López de acuerdo al MINTUR año 2016 compuesta por 15000, base que se tomó para la determinación del número de encuestas a realizar en el cantón, para un nivel de confianza de 95%, en donde el margen de error es de 5% para lo que se utilizará la siguiente fórmula:

DESARROLLO DE LA FORMULA:

N=15000 P=0.50 q=0.50 E=0.05 Z=1.96 n=?	$$\boldsymbol{n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N-1) Z^2 * p * q}}$$ $$n = \frac{1500 * (1.96)2 * (0.50)(0.50)}{(0{,}07)2 * (15000-1) + (1.96)2 * 0{,}50 * 0{,}50}$$ $$n = \frac{14.406}{72{,}5 + 0{,}96}$$ $$n = \frac{14.406}{73{,}46}$$ $$n = 196$$

En la investigación del objeto en estudio se realizaron de manera personal las 196 encuestas respectivas a los turistas que visitan el Cantón Puerto López, el instrumento de investigación consistió de trece preguntas que fueron

planteadas de manera a elección múltiple, los resultados se muestran a continuación.

PERFÌL DEL TURISTA

El cuadro que se presenta a continuación muestra el perfil del turista que visita el cantón Puerto López el cual se estableció mediante la aplicación de entrevistas y análisis de las encuestas realizadas a los mismos.

Cuadro 21. Perfil del turista que visita a Puerto López

PERFÍL DEL TURÍSTA QUE VISITA A PUERTO LÓPEZ.	
INDICADORES	**RESULTADOS**
NACIONALIDAD	Argentina, Francia, Chileno, Noruegos e Italia y en lo nacional la mayoría proviene de la región Andina
SEXO	MASCULINO 56%, FEMENINO 44%
RANGO DE EDAD	18-24 AÑOS 62%
OCUPACIÒN	ESTUDIANTE 62%
MOTIVACIÓN	TURISMO 63%
VIAJA	INDEPENDIENTEMENTE 98%
COMPAÑERO/S DE VIAJE	AMIGOS 48%
TIEMPO DE ESTADIA	UNA SEMANA 38%
ACTIVIDADES QUE CONSIDERA MÁS IMPORTANTE	OBSERVACIÓN DE BALLENAS 46%
MEDIO QUE UTILIZA PARA INFORMARSE	INTERNET 82%
LUGAR QUE CONSIDERA MÁS IMPORTANTE	PLAYA LOS FRAILES 40%, P.N.MACHALILLA 33%
TIPO DE ALOJAMIENTO QUE PREFIERE	HOTELES 47%, HOSTERIA 16%
DISPOSICIÒN DE GASTO DEL TURISTA	ENTRE 50- 100 DOLARES

Fuente: Elaboración propia

Con la recopilación de información se pudo obtener el perfil del turista que visita Puerto López el cual va de una edad entre los 18 a 24 años siendo en su mayoría hombres estudiantes universitarios y profesionales, provenientes de

Argentina, Francia, Chile, Noruega e Italia y en lo nacional la mayoría proviene de la región Andina visitando como principal motivación el avistamiento de ballenas, sol y playa y senderismo, el turista internacional prefiere viajar independiente hacerse cargo de sus propio movimientos en el lugar ya que viajan en compañía de amigos los cuales su estadía es de una semana dando mayor fuente de ingreso al destino, el cual se lo da a conocer por medio del internet . Uno de los lugares que considera más importante el turista es la playa los Frailes seguido del Parque Nacional Machalilla, el visitante prefiere hospedarse en hoteles, cabañas y hosterías. El promedio de disposición de gasto del turista va desde $50 hasta $100 por noche.

Análisis de la demanda turística

Para el análisis de la demanda turística se utilizaron datos estadísticos, además se realizaron encuestas dirigidas a los visitantes en el lugar con la finalidad de establecer los principales mercados, las características del visitante y cuanto estaría dispuesto a pagar por determinados servicios y saber el grado de acogida que tendría la creación de nuevos paquetes turísticos orientados en la práctica rural.

Puerto López va creciendo poco a poco en su demanda turística como ejemplo tenemos el recibimiento del crucero HebrideanSky con 88 pasajeros y 79 tripulantes que se convirtió en el primer crucero en llegar y pernoctar en la bahía de este cantón visitando la comuna Agua Blanca y la Isla de la Plata, esta última considerada una de las más importantes y bellas de Ecuador (Ministerio de Turismo, 2017).

Por otro lado, Puerto López se basa principalmente en los diferentes feriados durante el año, sin embargo, la época más visitada es de junio, julio, agosto y septiembre con el avistamiento de las ballenas jorobadas que, según el Ministerio de Turismo, en 2015 llegaron alrededor de 32.059 turistas. Entre ellos, 18.621 ecuatorianos que representa el 58.1%, seguidos de turistas

extranjeros de Estados Unidos, Argentina, Alemania, Colombia, Francia, Holanda, Canadá, entre otros (Ministerio de Turismo, 2015).

Factor importante para el sector de Puerto López es que cuenta con un alto grado de fidelidad de la demanda nacional, especialmente de turistas provenientes de la sierra ecuatoriana, junto con turistas internacionales que llegan a este territorio por la motivación de descansar y aprovechar la oferta de sol y playa que se tiene dentro del territorio.

En cuanto a la demanda potencial según el boletín de estadística turística Manta recibió 25.424 visitantes vía aérea, 11.565 vía marítima y 111.465 vía terrestre, con un total de 148.454 visitantes. Este grupo de personas que visitan Manta son visitantes potenciales para llegar a Puerto López, debido a que se encuentra a tan solo 1h; 45min del lugar, Base de datos Entradas y Salidas Internacionales (INEC ,2015).

4.2.1.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

Puerto López es considerado un destino para miles de turistas nacionales y extranjeros por la calidad de sus atractivos naturales y culturales, pero particularmente por la amabilidad de su gente. Uno de los eventos que concita mayor interés, es el festival de Observación de Ballenas Jorobadas en el mes de junio, incorporando diversas presentaciones, charlas magistrales con temas relacionados a la conservación de ecosistemas y mamíferos marinos, eventos musicales entre otros.

Además tiene el privilegio de contar con el Parque Nacional Machalilla, cuna de culturas como la Machalilla, Chorrera, Guangala y Bahía, además de su belleza paisajística cuenta con un puerto pesquero un centro turístico y agrícola, convirtiéndose en una de las áreas más visitadas del Ecuador, cuenta con atractivos turísticos que van desde el bosque tropical húmedo y seco hasta arrecifes coralinos, islotes e islas, flora y fauna extraordinaria.

En el destino se puede practicar deportes como: caminata, snorkeling, buceo, surf, velerismo, fútbol, voleibol playero y muchas otras actividades.

- Sitios naturales. - En puerto López se encuentran presentes sitios naturales como: la playa de los Frailes, playa Puerto López, playa Dorada, Ayampe, Isla Salango, Isla de la Plata, Islote Los Ahorcados, Parque Nacional Machalilla, Ballenas Jorobadas, entre otros.
- Flora.- Entre las plantas nativas de esta zona encontramos: cactus, algarrobo, mata chivo, manzanilla, moyuyo, higuerilla, palo santo, barbasco, arrayan, pechiche y otros.
- Fauna.- Entre las especies representativas tenemos: piqueros patas azules, pelicanos, cangrejos, gavilanes, garzas blancas, gaviotas, fragatas, entre otras. Así mismo entre los peces sobresalen, el pargo, corvina de roca y albacora. El grupo más representativo de los cetáceos son: ballena jorobada, bufeo costero o delfín nariz de botella.

Las actividades turísticas que se ofertan en el destino brindan al visitante múltiples opciones dado a que ellas están orientadas a la naturaleza, cultura, deportes extremos y ecoturismo principalmente, en base a lo expresado anteriormente, de la mano con actividades vinculadas y relacionadas en su mayoría en destinos de sol y playa. A continuación se muestra las actividades principales ofrecidas:

Cuadro 22. Oferta de actividades turística en Puerto López

PRINCIPALES ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN PUERTO LOPEZ	
Ecoturismo y naturaleza	
Observación de Ballenas Jorobadas Observación de naturaleza Observación de flora y fauna Senderismo	**Turismo de sol y playa**
Turismo de Aventura	**Turismo cultural**
Caminatas Ciclismo Snorkeling Buceo Pesca Deportiva Windusrf Alas deltas	Visita a museos y sitios arqueológicos Participación de festivales Talleres de artesanías Talleres gastronómicos Visita a comunas

Fuente: Elaboración propia

CATASTRO TURÍSTICO DEL CANTÓN PUERTO LÓPEZ

En lo que concierne a infraestructura turística dentro del cantón Puerto López existe un alto porcentaje del servicio de restauración y hospedaje, poniendo a disposición para los diferentes tipos de clientes en calidad, precio y servicio. Dando cabida al turismo rural con la prestación de servicios dentro de las comunidades. A continuación, los datos

Cuadro 23. Catastro Turístico del Cantón Puerto López

CATASTRO TURÍSTICO PUERTO LÓPEZ			
CARACTERÍSTICA	**TOTAL**	**PLAZAS**	**SERVICIO**
ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS Y DE ALOJAMIENTO			
Hoteles	6	269	Alojamiento
Hostales	36	1275	Alojamiento
Hosterías	17	724	Alojamiento
Lodge	1	26	Alojamiento
Casa de huéspedes	9	116	Alojamiento
TOTAL	**69**		
ESTABLECIMIENTOS DE COMIDAS Y BEBIDAS			
Restaurantes	49	1472	Alimentos y Bebidas
Fuentes de soda	2	36	Alimentos y Bebidas
Cafeterías	5	116	Alimentos y Bebidas
TOTAL	**56**		
AGENCIAS DE VIAJES			
Operadoras de turismo	**43**		
Total 168 empresas turísticas			

Fuente: Ministerio de turismo 2018

El cuadro presentado visualiza que la infraestructura en el destino es aun deficiente y el desarrollo de la misma no es igualitario al de otros cantones, pero se puede destacar que posee mayor parte de afluencia en la demanda y donde la actividad turística se da con mayor fuerza, el cual cuenta con 69 establecimientos de alojamiento, posteriormente posee 56 establecimientos de comidas y bebidas y finalmente cuenta con 43 operadoras de turismo dando un total actual de 168 empresas dedicadas al turismo en el destino Puerto López.

4.2.2. ANÁLISIS DE INVERSIONES.

De acuerdo conEl Ministerio De Desarrollo Urbano y Vivienda, (2015)A través del Programa de Intervención Territorial Integral (PITI) realizó una inversión de USD 25’165.832, en el cantón Puerto López, para obras de mejoramiento urbano, agua y saneamiento, construcción del malecón escénico que tiene un avance del 7%, además de locales comerciales para los vendedores que brindan el servicio de alimentación en la playa.La inversión que ha realizado el Gobierno Nacional en el territorio, con el PITI representa una notable intervención, para beneficiar al desarrollo de la comunidad de Puerto López además de ayudar a promover el Buen Vivir.

Según El Telegrafo(2016) menciona que, en el año 2016, el ex presidente del Ecuador el Economista Rafael Correa Delgado en conversacióncon el Gobierno autónomo descentralizado del cantón Puerto López llegaron a un acuerdo que como punto de inicio para un turismo sostenible se debería de realizar obras que permitan alcanzar dicha tipología. El alcalde subrogante de Puerto López, dieron a conocer la propuesta de la obra del malecón turístico Julio Izurieta.

Esta es una inversión del sector público, la cual está valorada en $10’482.846 de dólares americanos, el mismo que permitirá alcanzar un desarrollo económico para la comunidad. Esta obra cuenta con camineras, ciclo vías, vía vehicular, soterramiento eléctrico, 5 baterías sanitarias y dos puentes que permiten el flujo peatonal y vehicular. Esta obra anualmente para el mantenimiento se utiliza $50.000 dólares americanos para su subsistencia.

También la Gobernación De Manabí (2018) realizó la entrega de la nueva Subestación Eléctrica del cantón Puerto López y la línea de sub transmisión Machalilla, ubicada en la provincia costera de Manabí, que suministrará energía a todo el cantón y zonas aledañas, beneficiando a más de 61.000 ciudadanos. Con una inversión de 3,145.748 de dólares, la construcción de la subestación Puerto López es la obra eléctrica más importante y moderna levantada en la zona sur de Manabí.

Con esta nueva infraestructura eléctrica, se tiene la perspectiva de fortalecer el crecimiento de la actividad turística, comercial agroindustrial y pesquera para beneficiar la economía de la población local, además de brindarles una mejor calidad de vida a los ciudadanos que se ven beneficiados por dicha obra.

SegúnLucas(2018)Cada operadora turística en Puerto López requiere hacer una inversión fuerte, por cada salida de las embarcaciones el egreso es de 300 dólares en combustible y se va algo más si se cuenta la alimentación. Esto quiere decir que la inversión que realizan los operadores por cada salida es alta, además solo depende de la temporada de observación de ballenas ya que son los meses donde se reciben más turistas. Según Municipio De Puerto López (2017) el presupuesto de gasto 2017 fue el siguiente.

Cuadro 24. Descripción de gasto

DESCRIPCIÓN DEL GASTO	TOTAL
Sector agua potable y saneamiento básico.	20.670.565,50
Programa manejo integral de residuos sólidos.	20.670.565,50
Deporte y recreación.	547.781.165,50
Sector transporte	881.822.597,60
Sector educación.	370.419.213,92
Fondo local de salud.	2.915.651.728,00

Fuente: GAD Puerto López

4.2.3. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE ESPACIOS INVENTARIADOS

Para la evaluación del potencial de los recursos y atractivos turísticos enmarcados en el ámbito rural en el destino se procede a elaborar la matriz de potencialidades como se detallan en el cuadro 25 que se sustenta mediante la información recopilada de los inventarios de los recursos turísticos del cantón. La misma que servirá para dar prioridad a los sitios de mayor interés turístico dando una escala valorativa del 1 al 3 (1=moderado, 2=importante, 3=muy importante), considerando aspectos como caracteres (C=cultural, A=ambiental, P=paisajístico y/o D=deportivo) y atributos (d=dinámica, u=utilización, a=accesibilidad y e=equipamiento turístico).

Cuadro 25. Matriz de potencialidades

MATRIZ DE POTENCIALIDADES TURÍSTICAS									
ATRACTIVO Y/O RECURSO	CARÁCTER				ATRIBUTOS				TOTAL
	C	A	P	D	d	u	a	E	
BOSQUE NUBLADO DE SAN SEBASTIÁN	1	2	3	1	2	2	2	1	14
COMUNA AGUA BLANCA	3	1	1	1	2	2	1	4	15
RÍO AYAMPE SENDERO ESCENICO	1	2	3	2	1	1	2	1	13
PLAYA SALANGO	2	1	1	1	2	2	3	2	14
PLAYA DE PUERTO LOPEZ	1	1	2	1	3	3	3	3	17
PLAYA DE LOS FRAILES	2	2	3	1	2	3	2	2	17
BOSQUE SECO EL ROCIO	1	2	2	1	1	2	2	2	13
ISLA DE SALANGO	1	2	3	2	1	2	1	1	13
PLAYA LA PLAYITA PUNTA PIQUERO	1	1	2	2	1	2	1	1	11
PARQUE NACIONAL MACHALILLA	3	2	2	1	2	3	3	3	19

RECURSO Y/O ATRACTIVO	VALOR TOTAL	POTENCIALIDAD
PARQUE NACIONAL MACHALILLA	19	MAYOR POTENCIALIDAD
PLAYA DE LOS FRAILES	17	
BOSQUE NUBLADO DE SAN SEBASTIÁN	14	POTENCIALIDAD EMERGENTE
PLAYA DE PUERTO LOPEZ	17	

Fuente: Elaborada por autores

Esta matriz nos muestra que la mayor potencialidad que tiene el destino es el Parque Nacional Machalilla, siendo muy visitado por propios y extraños que se interesan por la riqueza cultural que aquí se encuentra. Mientras tanto entre la potencialidad emergente encontramos a la playa de Puerto López incluyendo el avistamiento de ballenas ya que los tours que se ofrecen para esta actividad son ofrecidos desde esta playa. También tenemos al Bosque Nublado de San Sebastián un remanente de bosque nublado que hace sentir en el interior de la provincia, pero a pocos minutos y en algunos puntos podemos observar el mar teniendo una experiencia única.

COMPARACIÓN ENTRE PRODUCTO Y MERCADO

La matriz de comparación entre producto y mercado, busca identificar el potencial que tiene cada producto de acuerdo a los principales mercados en un

destino turístico. El cual está en función de los productos ofertados los cuales nos regimos a las encuestas empleadas, para determinar la preferencia de los turistas. Lo cual se determinó por medio de Escala Del Potencial:

* Limitado **Moderado A Bueno *** Fuerte.

Cuadro 26. Matriz de comparación entre productos y mercado

MATRIZ DE COMPARACIÓN ENTRE PRODUCTO Y MERCADO				
DESTINO: PUERTO LÓPEZ				
PRODUCTO/MERCADO	EXTRANJERO = 130 encuestados		NACIONAL = 66 encuestados	
	TOUR	INDEPENDIENTE	TOUR	INDEPENDIENTE
Naturaleza		**		***
Observación De Flora Y Fauna	***		**	
Patrimonio Y Cultura		**		*
Gastronomía		***		**
Aventura Y Deportes Extremos	***		***	

Fuente: Elaboración propia

La matriz de comparación entre producto y mercado se identificó el potencial que tiene cada producto; de acuerdo con el número de extranjero de 130 encuestados y nacionales 66encuestados, obtenemos que para los extranjeros consideran un gran atractivo como lo es la observación de flora y fauna e aventura y deportes extremos; el cual lo realizan mediante tour, para el turista nacional considero la naturaleza como un gran atractivo el cual lo realizan de manera independiente por otra parte el turista nacional también prefiere aventura y deportes extremos el cual lo realizan mediante tour e intermediarios.

MATRIZ DE DESTINO

Para la realización de la matriz de destino se tomó en consideración las edades del turista y las preferencias de acuerdo con su producto. Para lo cual se realizó el segmento de acuerdo a las edades, y por ende se realizó el resultado por cada segmento como tenemos de 18-24 años tenemos 121 encuestados, 25-34 años 60 encuestados, 35-44 años 5 encuestados y 45-64 años 10 encuestados.

Cuadro 27. Matriz de destino

MATRIZ DE DESTINO				
Producto	Edades			
	18-24 años =121 encuestados	25-34 años =60 encuestados	35-44 años =5 encuestados	45-64 años =10 encuestados
Naturaleza			X	
Observación De Flora Y Fauna		X		
Patrimonio Y Cultura				X
Gastronomía			X	X
Aventura Y Deportes Extremos	X			

Fuente: Elaboración propia

Como resultado obtenemos que las personas entre los 35 a 44 años, optan más por los espacios naturales, las personas entre 25 a 34 años optan por la observación de la flora y fauna que brinda el destino, para las personas de 45 a 64 años prefieren disfrutar del patrimonio y cultura que se brinda, los turistas de 18 a 24 años visitan el destino por la aventura y deportes extremos que este dispone.

MARIZ DE EVALUACIONDE INFRAESTRUCTURA Y SERVICIO

La identificación de las condiciones necesarias (infraestructura y servicio) que deberá tener el producto para poder operar de la forma ideal, se deben detallar los requerimientos mínimos y acciones necesarias para que el producto turístico propuesto sea consumido en un mínimo nivel de calidad y adecuación, las acciones detallas pueden ser especificas o transversales, ello depende de su interrelación para poder ordenar esta propuesta,se sugiere utilizar el siguiente cuadro que se presenta a continuación el cual por cada producto, relacionado con un público objetivo determinado, se definen condiciones de infraestructura y servicio. En el detalle se elaboran las columnas necesarias, partiendo de las condiciones ideales. Luego, se evalúa aquellas con las que se cuenta de manera óptima.

Cuadro 28. Matriz de evaluación de infraestructura y servicio

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE INFRAESTRUCTURA Y SERVICIO												
CONCEPTO DE PRODUCTO	PÚBLICO OBJETIVO	CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA						CONDICIONES DE SERVICIO				
		Embarcadero muelle	Mirador	Mapa de información al	Señalización de senderos	Servicios higiénicos	Estaciones de descanso	Guías bilingües	Zona para camping	Alojamiento (hostales)	Alojamiento (albergues /Ecolodge)	Alimentación
Aventura Y Deportes Extremos	Vacacionista de 18-24 años	X	x	X		x	x			x	X	x
Observación De Flora Y Fauna	Vacacionista de 25-34 años	X	x	X	x	x	x		x	x	X	x
Naturaleza y gastronomía	Vacacionista de 35-44 años	X	x	X		x	x		x	x	X	x
Patrimonio y cultura	Vacacionista de 45-64 años	X	x	X	x	x	x			x	X	x

Fuente: Elaboración propia

MATRIZ DE PRIORIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Se identifican los posibles escenarios en función a condiciones de mercado, nivel de inversión, tiempo necesariode implementación y las condiciones para la gestión de los productos turísticos, para tal efecto se procederán a utilizar la siguiente matriz de comparación en el cual se establecerán ponderaciones que ayudarán a priorizar la propuesta.

Los valores que se colocarán en dicha matriz serán los siguientes:

Mercado (demanda y oferta)	Tiempo requerido para la implementación	Requerimientos económicos - nivel de inversión requerido	Condiciones para la gestión
No hay oferta adecuada a la demanda **(1)**	Corto plazo: 1 año **(1)**	Alto **(1)**	Buena **(3)**
Oferta adecuada a la demanda **(2)**	Mediano plazo: 2 años **(2)**	Medio **(2)**	Regular **(2)**
Oferta adecuada a la demanda **(3)**	Largo plazo: 3-4 años **(1)**	Bajo **(3)**	Débil **(1)**

Imagen. 4.2. Matriz de destino.
Fuente: Elaboración propia.

- De 4 a 6 puntos representan una complejidad ALTA
- De 6 a 9 puntos representan una complejidad MEDIA

- De 10 a 12 puntos representan una complejidad BAJA. Es decir, mayor viabilidad.

Cuadro 29. Matriz para la priorización de productos turísticos**.**

MATRIZ PARA LA PRIORIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICO				
Producto turístico	**Mercado**	**Tiempo requerido para la implementación**	**Requerimientos económicos- nivel de inversión requerido**	**Condiciones para la gestión**
Aventura Y Deportes Extremos	3	2	3	3
Observación De Flora Y Fauna	3	2	3	2
Naturaleza y gastronomía	2	2	2	2
Patrimonio y cultura	2	2	2	1

Fuente: Elaboración propia.

Luego de asignarles valores a cada variable de la propuesta de producto turístico, tenemos como resultado que el producto de aventura y deportes extremos; tiene una suma de 11 puntos esto representa una complejidad baja, al igual que el producto de observación de flora y fauna; teniendo una suma de 10 puntos es decir que estos productos tienen mayor viabilidad.

4.2.4. DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL ÁREA DE ESTUDIO

FICHA DE PRODUCTOS TURÍSTICO

Identificar si el producto turístico es:

- **Producto nuevo(x)**
- Producto reestructurado ()

Descripción del producto turístico: la temática principal del producto es rural integrando también la parte de sol y playa es un producto pensado en el desarrollo turístico rural de cantón puerto López

Segmento de demanda:

El segmento de mercado que manejaremos según los resultados de las encuestas son personas jóvenes con la suficiente energía para realizar actividades en espacios rurales, actividades que requieren de esfuerzo físico, aprovechando así la demanda de personas de entre 18 – 24 y 25 - 34 años, provenientes más que todo de la de la región sierra. Sin descartar la demanda de turistas extranjeros que asimismo tiene una fuerte presencia en el destino, de este modo nuestro segmento de mercado está dirigido a personas jóvenes, con intención de tener una experiencia de turismo vivencial, respeto y rescate de la cultura local en espacios rurales integrada con el relax del sol y playa y la adrenalina por los deportes acuáticos.

Motivación y experiencia

La mayor parte de las personas que visitan el destino Puerto López, llegan por turismo, así mismo lo que más los motiva es la observación de ballenas jorobadas y la playa de los frailes siendo esto los más visitados, es que, en la promoción del destino, estos dos atractivos son los que mayor relevancia le dan. Sin embargo, una vez en el destino los turistas optan por otras actividades como son el turismo rural, y el turismo arqueológico que se dan, por Ejemplo; Agua blanca, Salango, las tunas, Ayampe con la “Ruta del Colibrí” etc.

Calidad necesaria en infraestructura

En cuanto a la infraestructura con la que cuenta el destino podemos decir que en el sector urbano existe una infraestructura que, a pesar de no contar, con restaurantes, hoteles, bares, de alto estándares. Si cuenta con una infraestructura que cumple con las expectativas de un porcentaje alto de cliente que llegan hasta el destino ya que la demanda que predomina son jóvenes y los mismo viajan en grupo y prefieren hacerlo independientemente, esto causa que la mayoría de estos prefieran elegir para su estancia en el destino hostales, hotel (bag pakers) y otro porcentaje optan por hoteles así mismo de

precios cómodos sin descartar a las parejas, y familias que eligen otras alternativas, así mismo la cabecera cantonal cuanta que un malecón recientemente construido, también un muelle donde en la noche los visitantes que se quedan a pernoctar lo pueden recorrer con plena seguridad y admirar el colorido de luces de los bares que se encuentran en la playa y todo el malecón.

Por otra parte, el sector rural en cuanto a la infraestructura podemos decir que se adapta al tipo de segmento de mercado que se dirigen, ya que en su mayoría, principalmente en las comunas que se dedican a la actividad turística como por ejemplo la comuna Agua Blanca existe hospedaje comunitario en cabañas, camping, y casas rurales y en otras comunas también existen hoteles, hostales como en la comuna de las tunas, Salango, y hasta podemos encontrar Lodge en Ayampe. En cuanto a la viabilidad existe una carretera en buen estado hacía la comunidad agua blanca y en las demás también ya que están cerca de la carretera principal la misma donde se encuentra la “ruta del Spondylus.”

Actividades turísticas:

Entre las actividades turísticas que podemos encontrar en el destino Puerto López está el sol y playa, visita a sitios históricos, visita sitios naturales. Degustación de bebidas y comidas típicas, realización de deportes acuáticos. De entre ellas la que más se destaca es la Observación de flora y fauna ya que en los de meses de junio, julio, agosto, septiembre. La demanda de turista que llega al destino por avistamiento de ballenas jorobadas es alta según el Ministerio de Turismo, en 2015 llegó alrededor de 32.059 turistas. Entre ellos, 18.621 ecuatorianos que representa el 58.1%.

Accesibilidad:

La cobertura del servicio liviano a la cabecera cantonal es aproximadamente el 90%, sin embargo, en los centros poblados de las parroquias Machadilla y Salango existe un déficit porque cuentan con unidades intercantonal y algunas

camionetas ejecutivas y moto taxi, ya que el destino no cuenta con suficiente señalética vial que permita guiar a los diferentes sitios. Mientras que en la transportación terrestre para la llegada al cantón existen varias empresas que brindan sus servicios en distintas rutas.

Recursos y atractivos turísticos:

El destino cuenta con un sin número de recursos turísticos que aún no han sido desarrollados como el rio Ayampe, comunidad las cabañas, bosque húmedo las goteras, bosque nublado San Sebastián etc. Y atractivos que son muy visitado por los turistas más que todo en las temporadas de carnaval, épocas de ballenas, o semana santa. Tales como la comuna agua blanca, playa de los Frailes, playa de Puerto López, playa de Ayampe, isla de la plata, avistamiento de ballenas jorobadas etc.

Calidad necesaria en el servicio

Seguridad policial:

En cuanto a la seguridad se pudo evidenciar durante las visitas al destino que cuenta con rondas policiales en todos los sectores, más que todo las partes del malecón, lo que permite que Puerto López sea un pueblo tranquilo y agradable por la amabilidad de su gente y la presencia policial que existe, también es importante recalcar la presencia de salva vidas en todas sus playas que da una tranquilidad a los bañistas que llegan hasta estos puntos. Así mismo se evidenciaron 3 centros de salud uno en cada parroquia, los cuales disponen de servicio de prevención, recuperación de salud, emergencia, odontología y medicina general las mismas que en las dos parroquias rurales brindan atención durante 8 horas diarias, a excepción del centro de salud de Puerto López que labora las 24 horas con capacidad de hasta 10.000 habitantes entre los 3 centros de salud.

Gestiónpública y comunitaria:

La gestión existente en el gobierno cantonal de Puerto López, se puede decir que es deficiente ya que no tienen un uso adecuado de los recursos turísticos naturales además existe un abandono de las comunidades por parte del GAD Cantonal, lo que provoca un retraso en el desarrollo turístico de las comunidades. Por lo contrario, la gestión que se maneja en las comunidades o parroquias es muy eficiente,al no contar con el apoyo del GAD auto gestionan sus recursos para continuar creciendo en la actividad turística y lo hacen por medio de ONGs, empresas relacionadas con el turismo etc. Como lo hacen la comuna agua blanca por ejemplo que su crecimiento en la actividad se debe a los costos de entrada recorridos guiados y otros costos que se manejan dentro de la comunidad.

Recursos humanos:

El recurso humano que labora en el GAD cantonal en su mayoría son profesionales que trabajan en diferentes áreas. En cuanto al recurso humano que está en el momento con el cliente hay falencias ya que la planta turística cuenta con pocos profesionales, lo que causa un malestar para el turista ya que la forma de atención no es la adecuada en muchos lugares.

Itinerarios sugeridos (ejemplos de posible forma de consumo, considerar temporalidad)

Entre los itinerarios que se sugiere son full Day por la diversidad de recursos con los que cuenta el destino.

Ubicación:

Región: costa

Distrito: Jipijapa Puerto López

Provincia: Manabí

Definición del producto:

Producto integrador

Público objetivo según la búsqueda de experiencia:

Multitemático (*)

Moda ( )

Nicho ( )

Tipo de mercado interno:

VN divertido ( )

VN conocedor (*)

VN descanso y relax ( )

Tipo de mercado extranjero:

TE de sol y playa (*)
TE de aventura (*)
TE de naturaleza (*)
TE cultural (*)

Perfil según estilo de vida:

Personalizados (a la medida) ( )

Responsables (Sostenibilidad) (*)

Equilibrados (bienestar) ( )

Conectados (tecnológicos) ( )

Exclusivos (Estatus) ( )

Inclusivos (nichos: solteros, discapacitados, etc.) ( )

Característica:

Las principales características de cada uno de los productos es la presencia de recursos con potencial turístico rural los cuales cuentan con servicios como hostería o casas comunitarias, servicios de alimentación y actividades de recreación, que permiten el desarrollo del turismo.

Por lo que el presentar esos servicios contribuye en buscar mejoras del turismo y fomentar el turismo rural.

Producto #1 La Bahía del encanto

Las principales características de cada uno de los productos es la presencia de recursos con potencial turístico rural los cuales cuentan con servicios como hostería o casas comunitarias, servicios de alimentación y actividades de recreación, que permiten el desarrollo del turismo.

Por lo que el presentar esos servicios contribuye en buscar mejoras del turismo y fomentar el turismo rural.

PRODUCTO #1 **Precio por persona $150.00** **La Bahía del encanto**
Incluye: ✓ 2 noches de alojamiento ✓ 3 desayunos ✓ 3 almuerzos ✓ 2 cenas ✓ Transporte ✓ Visita a comunidades ✓ Actividades recreacionales diarias ✓ Entrada a sitios y actividades mencionadas ✓ Guía durante todo el viaje. ✓ Participación activa de los comuneros.

Cuadro 30. Producto uno

Fuente: Elaboración por los autores

PRODUCTO #1	
PAQUETES	**ACTIVIDADES**
Día uno	• Chek in. Puerto López (AzulanaEcolodge) • Ciclismo en el Parque Nacional Machalilla (playa de los frailes) • Visita al museo arqueológico “in situ” agua blanca • Ecoterapia en la piscina de barro medicinal.
Día dos	• Ruta del kayak • Snorkeling (Buceo de superficie para observación de Peces y arrecifes coralinos). • observación de tortugas. • Noche de integración y juegos culturales
Día tres	• Visita Isla de la plata • Caminatas para observación de aves marinas y paisajes de la Isla (Punta Machete tres horas o Punta Escalera tres horas y media). • Visita Isla Salango • Observación de aves marinas y flora exótica • Visita Islote Los Ahorcados – (Ayampe). • Noche de integración y juegos culturales

Cuadro 31. Producto

Fuente: Elaboración por los autores

Producto #2 TOUR PUERTO LOPEZ RURAL

Producto enfocado en la aventura y el confort, poseedor de un mágico encanto entre playas y montañas en la zona sur de Manabí, conjuga tradición oral montubia, prácticas culinarias ancestrales, valoración del medioambiente, práctica deportiva, actividades grupales, alojamientos rurales y de playa.

La esencia principal del producto se enfoca en la ruralidad del cantón Puerto López, en las parroquias de Machalilla y Salango junto a la práctica de actividades como tracking, camping, senderismo y actividades grupales; además de las tradicionales actividades de playa y la degustación de la gastronomía manabita.

PRODUCTO #2

Precio por persona $150.00

Puerto López Rural

Incluye:

- ✓ 3 noches de alojamiento
- ✓ 4 desayunos
- ✓ 4 almuerzos
- ✓ 3 cenas
- ✓ Transporte
- ✓ Visita a comunidades
- ✓ Actividades recreacionales diarias
- ✓ Entrada a sitios y actividades mencionadas
- ✓ Guía durante todo el viaje.
- ✓ Participación activa de los comuneros

Cuadro 32. Producto #2

PRODUCTO #2	
PAQUETES	**ACTIVIDADES**
Día uno	• Salida desde Chone a Machalilla • Check in en Machalilla • Cena • noche de integración y juegos grupales • descanso
Día dos	• Checkout Machalilla • Desayuno • Full Day zona rural Puerto López: Los Frailes, Agua Blanca, piscinas azufradas y culturas precolombinas • Check in en El Pital • Cena • Descanso
Día tres	• Desayuno • Sendero la Bola de Oro • Almuerzo • Degustación del Pan Negro • Check out en El Pital • Salida para Ayampe • Check in en Ayampe • Caída del sol y cena de bienvenida • noche de integración y juegos grupales • Descanso
Día cuatro	• Desayuno • Actividades de playa • Almuerzo • Actividad de integración final y despedida • Checkout en Ayampe • Retorno a Chone.

Fuente: Elaboración por los autores

4.2.4. IDENTIFICACIÓN DE LAS 4P DEL MARKETING

PRECIO

Se estableció el precio del producto mediante el criterio de los visitantes y la manera de saberlo es mediante la aplicación de la encuesta, el mismo que se fija en relación a las opiniones de los posibles visitantes donde afirma que están dispuesto a pagar un mínimo de $20,00 y un máximo de $100.00 por una oferta que incluya todos los servicios.

Cuadro 33. Costeo del producto #1

CANT.	CONCEPTO	V.UNITARIO	V. TOTAL	DETALLE
12	Transporte 3 Dias	$ 40,00	$ 480,00	Por PAX
12	Alimentacion 3 Dias	$ 15,00	$ 180,00	Por PAX
12	Noche 1 Puerto Lopez Azulena Ecologe	$ 12,00	$ 144,00	Por PAX
12	Entradas Agua Blanca	$ 5,00	$ 60,00	Por PAX
12	Noche 2 Puerto Lopez Azulena Ecologe	$ 12,00	$ 144,00	Por PAX
12	Tour isla de la plata y Salango	$ 20,00	$ 240,00	Por PAX
12	Actividades acuaticas	$ 12,00	$ 144,00	Por PAX
12	Ciclismo de aventura	$ 5,00	$ 60,00	Por PAX
TOTALES		$ 121,00	$ 1.452,00	
	Gastos Generales (5%)		$ 72,60	
	Total Costos Fijos		$ 660,00	
	Total Costos Variables		$ 792,00	
	TOTAL CF+CV		$ 1.452,00	
	Presupuestos total de operaciones		$ 1.524,60	
	Utilidad previstas (5%)		$ 76,23	
	TOTAL FINAL DE PRESUPUESTOS DE OPERACIONES		$ 1.600,83	
	P.V.P sin I.V.A.		$ 133,40	
	P.V.P Incluido I.V.A. (12%)		$ 149,41	

NO INCLUYE: Gasto no especificado en el programa No incluye comidas y bebidas extras
RECOMENDACIONES: Camisa manga larga, Jeans cómodos, zapatos deportivos, gorro, repelente, bloqueador solar, agua y cámara fotográfica.

Fuente: Albia y montesdeoca 201

Cuadro 34. Costeo del producto #2

CANT.	CONCEPTO	V.UNITARIO	V. TOTAL	DETALLE
12	Regalo sorpresa	$ 2,00	$ 24,00	Por PAX
12	Transporte 4 Dias	$ 45,84	$ 550,08	Por PAX
12	Alimentacion 4 Dias	$ 29,00	$ 348,00	Por PAX
12	Noche 1 Machalilla - Camping La Canoa	$ 8,00	$ 96,00	Por PAX
12	Entradas Agua Blanca	$ 5,00	$ 60,00	Por PAX
12	Noche 2 El Pital - Cabañas Comunitarias	$ 5,00	$ 60,00	Por PAX
12	Sendero Bola de Oro	$ 18,00	$ 216,00	Por PAX
12	Noche 3 Ayanpe - Las Orishas	$ 12,00	$ 144,00	Por PAX
12	Noche de integracion	$ 5,00	$ 60,00	Por PAX
TOTALES		**$ 129,84**	**$ 1.558,08**	
	Gastos Generales (5%)		**$ 77,90**	
	Total Costos Fijos		**$ 922,08**	
	Total Costos Variables		**$ 636,00**	
	TOTAL CF+CV		**$ 1.558,08**	
	Presupuestos total de operaciones		**$ 1.635,98**	
	Utilidad previstas (5%)		**$ 81,80**	
	TOTAL FINAL DE PRESUPUESTOS DE OPERACIONES		**$ 1.717,78**	
	P.V.P sin I.V.A.		**$ 143,15**	
	P.V.P Incluido I.V.A. (12%)		**$ 160,33**	

NO INCLUYE:
Gasto no especificado en el programa
No incluye comidas y bebidas extras

RECOMENDACIONES:
Camisa manga larga, Jeans cómodos, zapatos deportivos, gorro, repelente, bloqueador solar, agua y cámara fotográfica.

Fuente: Albia y montesdeoca 2018.

CARACTERÍSTICAS DEL PRECIO

El precio del producto es accesible a todos los niveles socioeconómicos de los visitantes y turistas que han realizado la encuesta, y así todos tienen la oportunidad de conocer y disfrutar de un recurso con un gran potencial biológico y natural.

El precio del producto expresa la calidad y la cantidad de servicios prestados por parte de la guía Naturalista y de los prestadores de servicios turísticos.

ESTRATÉGIAS PARA EL PRECIO

Establecer precios acordes a los resultados que dieron las encuestas de los visitantes, esto como parte del estudio de mercado.

Mantener el precio de acuerdo a los valores referenciales de los demás productos turísticos semejantes y cercanos al atractivo.

PLAZA

Es el área geográfica donde se va a distribuir, promocionar y comercializar el producto turístico, con la finalidad de estar al alcance de las turistas interesadas en las nuevas tendencias de turismo en especial el turismo de naturaleza, entonces nuestra plaza estaría situada en puntos estratégicos de la provincia de Manabí.

ESTRATÉGIAS PARA LA PLAZA

Generar confianza en las diferentes agencias de viaje y tour operadores

Garantizar la correcta prestación de los servicios turísticos.

Planificar la distribución especialmente en las temporadas altas para difundir el producto.

SELECCIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Mediante los canales de distribución, como las agencias de viajes y Tour operadores como: M&C Travel y Delgado Travel, se puede comercializar el producto turístico yaque dichas empresas trabajan con productos similares permitiendo así llegar de una forma más rápida a los posibles clientes.

PROMOCIÒN

La promoción es la acción de comunicar a los futuros clientes potenciales los servicios y actividades que ofrece un producto. Esta permite la trasmisión a través de los medios de comunicación tales como radio, televisión, prensa escrita, ferias, revistas turísticas, folletos y sitios web que es en la actualidad el mayor medio de difusión para vender un producto (redes sociales).

ESTRATÉGIAS DE LA PROMOCIÓN

Dar a conocer las características del producto y los servicios que allí se prestará con el fin de incentivar a visitar el lugar y el consumo de los servicios por medio de una página web y redes sociales como también en las radios de mayor audiencia de la provincia y en el canal de televisión de la provincia como Manavisión.

Elaborar un logotipo con su propio eslogan para posicionarlo en la mente de las personas y futuros clientes.

Participar en ferias y eventos turísticas como: la feria de turismo internacional FITE con sede en Guayaquil la cual se realiza cada año con aproximadamente 3 días de duración.

Elaborar trípticos con la información más sobresaliente del atractivo con el fin de que el visitante conozca más a fondo el lugar y cree conciencia turística.

Diseñar artículos tales como: jarros, gorras, camisetas, bolsos, lapiceros, llaveros y tickets para ganar posicionamiento en el mercado.

LOGOTIPO

Figura 13. Logotipo de productos Turísticos
Fuente: Elaboración propia

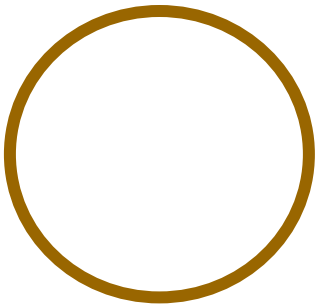
Descripción de logotipo

Para la determinación del logo se realizó entrevistas actores del turismo de la ciudad donde mencionaban los elementos característicos de Puerto López llegando a la elaboración del mismo en el que se detalla a continuación:

Colibrí: el colibrí es la representación de la fauna y además de hacer conocer al visitante que Puerto López tiene como especie endémica el colibrí más pequeño del mundo.

Las montañas: son la representación de la cordillera costanera que atraviesa a Puerto López y de las pequeñas elevaciones que posee y la vegetación que la caracteriza.

Aro café: este va en representación a los entierros en vasijas de barro que se encuentran en Machalilla.



Elementos del turismo de aventura: representan las actividades que se pueden realizar durante la estadía gracias a la geografía y recursos naturales que poseen las características apropiadas para la realización de ciertos deportes.

El sol y el agua: representan la costa y al turismo de sol y playa que se frecuenta en la zona.

4.3. PLAN DE ACCIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

MISIÓN

El destino Puerto López tiene la misión de promover el desarrollo del turismo rural con participación de sus habitantes y autoridades, con el propósito de generar fuentes de trabajo y la afluencia de turistas.

VISIÓN

El cantón Puerto López será reconocido por su excelencia, seguridad, siendo reconocidos por la calidad y personalización del servicio, donde los turistas puedan encontrar todas las actividades en un solo lugar.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL DEL PLAN DE ACCIÓN:

Establecer una serie de actividades que permitan la puesta en marcha del producto turístico priorizado, durante el proceso participativo del diseño de productos turísticos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PLAN DE ACCIÓN:

Establecer las actividades requeridas para la puesta en marcha del producto turístico formulado.

Establecer roles, compromisos y responsabilidades entre los actores involucrados en el proceso, y otros, para la viabilidad del producto turístico propuesto.

Conformar un comité local gestor para la puesta en marcha de las actividades del plan de trabajo.

4.3.1. CONSOLIDACIÓN Y VALIDACIÓN DEL PLAN DE TRABAJO

Para determinar el buen funcionamiento de lo establecido se necesita de la consolidación y validación de los objetivos planteados a través de las estrategias consideradas, ver cuadro 4.17. Por lo cual se hace indispensable establecer las actividades, medios de verificación, el tiempo estimado para la realización de cada uno de ellos y sus respectivos responsables.

Dicho proceso sistemático se da con el propósito, de tal manera que se lleve a cabo el seguimiento continuo para brindar una mejor calidad y satisfacción al turista.

Cuadro 35. Plan de trabajo

PLAN DE TRABAJO					
Lugar de aplicación:		**Cantón Puerto López**			
Responsables:		**Jennifer Díaz & Byron Cedeño**			
Objetivo:		**Establecer una serie de actividades que permitan la puesta en marcha del producto turístico priorizado.**			
Aspecto	**Actividades**	**Verificación**	**Tiempo**	**Responsable**	**Costo**
Vínculos con instituciones educativas de tercer nivel	1.- Establecer vínculos con instituciones universitarias. 2.- Participar en programas académicos y ferias de los emprendimientos.	Convenios informes técnicos.	Anual-semestral	Dirección de turismo. Instituciones educativas.	$9.000,00
Fortalecer el sector turístico rural a través de la participación constante de los actores	1.-Capacitaciones sobre las actividades rurales y sus beneficios. 2.- Desarrollar mesas de trabajo para establecer metas y acciones. 3.- Talleres de guianza y educación ambiental	Informes. Fotografías. Revisión de contratos. Registro de asistentes. Encuestas de quejas y sugerencia.	Semestral	Dirección de turismo.	$11.800,00
Promover el desarrollo microempresario	1.- Campaña de capacitaciones para la creación de microempresas	Informes fotografías registro de asistentes	Semestral	Dirección de turismo	$6.300,00

	comunitaria.	encuestas de quejas y sugerencias			
Promoción turística	1.- Crear alianzas estratégicas con agencias de viajes. 2.- Utilizar medios de comunicación. 3.-Crear página en las diferentes redes sociales dando a conocer información relevante acerca del destino.	Fotografías. Informes.	Semestral	Dirección de turismo	$15.000,00
Mantenimiento de los atractivos.	1.- Colocar señalización adecuada ando a conocer información relevante. 2.- Conservación de los atractivos. 3.- Instalación de recipientes de desechos orgánicos e inorgánicos.	Informes. Fotografías.	Semestral	Miembros rurales del cantón	$20.000,00
TOTAL					$64.100,00

Fuente: Elaboración propia

El plan de acción permite dar a conocer los diferentes aspectos, actividades, medios de verificación, el tiempo estimado para la realización de cada uno de ellos y sus respectivos responsables. En la propuesta se realizará vínculos con instituciones educativas. Luego se procederá a fortalecer el sector turístico rural a través de la participación constante delos actores, por lo siguiente se promoverá el desarrollo microempresario para los comuneros, luego de esto se promocionará el destino turístico para mejor afluencia de turistas nacionales e internacionales, mientras que el mantenimiento de los atractivos será realizado de forma semestral para evitar deterioro.

Este capítulo IV fue el desarrollo primordial en este proyecto de titulación, en donde se estableció un diagnostico en qué situación se encuentra Puerto López, en lo que tiene que ver su infraestructura, y demás recursos, para así establecer el plan y diseño de acción a realizar y poder potenciar sus principales recursos turísticos.

Además, que es este capítulo se estableció el plan y la ejecución a través de los sitios turísticos del cantón, para potenciar e incentivar al turismo y poder brindar una mejor calidad de vida económica a sus habitantes.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Conforme con los objetivos de la investigación, y respondiendo a los aspectos pertinentes, se exponen a continuación las conclusiones del presente trabajo de titulación:

- Se fundamentó la investigación con el estudio de los conceptos teóricos con el que se elaboró el marco referencial, siguiendo los principales enfoques relacionados con la temática dispuesta, a partir de la revisión de una actualizada bibliografía publicada en diferentes formatos y autores los que constituye fundamento para la propuesta.

- La propuesta de un diseño metodológico satisface los requerimientos de la elaboración de los productos rurales, cumpliendo las fases, etapas, métodos y técnicas identificadas como el diagnosticoturístico integral del destino, identificación de los espacios rurales, análisis Foda, estudio de mercado, evaluación del potencial turístico,desarrollo de los productos, estrategias de marketing, desarrollo de un plan de acción.

- Puerto López se caracteriza por ser un territorio con gran potencial turístico, debido a las cualidades que muestra el entorno en lo que respecta a flora y fauna variada, además de su infraestructura y los productos existentes que posee; sin dejar de lado las actividades agropecuarias de campo, lo cual permite el desarrollo de la actividad turística rural aprovechando las costumbres y tradiciones de las comunidades.Así también se evidencia problemática ligadas especialmente al deficiente trabajo en conjunto entre GAD municipal y comunidades limitando el desarrollo del cantón.

- El concepto de las propuestas fue elaborar productos basando este estudio en turismo rural, siendo los nombres de la mismas, **“LA BAHÍA DEL ENCANTO”**, **“PUERTO LÓPEZ RURAL”**, el cual tendrá visitas activas a comunidades y actividades recreacionales dentro de las mismas los turistas podrán disfrutar de prácticas culinarias ancestrales, valoración del medioambiente, práctica deportiva, actividades grupales, alojamientos rurales y de playa.

- Los productos tienen como mercado potencial el de jóvenes universitarios y profesionales de procedencia turismo internacional de Argentina, Francia, Chile, Noruega y en su mayoría nacionales provenientes de la región sierra, con la motivación naturaleza, sol y playa y cultural, para la publicidad de los productos se utilizara redes sociales, pag web, radio de mayor audiencia, canal de televisión como Manavisión, siendo el canal de distribución el indirecto de mayorista a minorista hasta llegar al turista.

- El desarrollo de los productos turísticos propuestos, se consideróla creación de un plan de acción a través del cual se hizo indispensable establecer las actividades, medios de verificación, el tiempo estimado para la realización de cada uno de ellos y sus respectivos responsables.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere a todos los actores claves tanto público, privado y comunitarios en el sector turístico, como factor clave generar mayor vinculación entre ellos, de manera que el trabajo sea coordinado, participativo y efectivo, para así, desde sus posibilidades gestionar el destino de manera estrategia.
- Elaborar programas de educación ambiental dirigida a los comunitarios del destino, sobre la importancia, manejo y cuidado de los recursos naturales, brindando alternativas y técnicas que fortalezcan el desarrollo del turismo rural
- A la carrera de Ingeniería en Turismo de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López” que diseñen nuevos proyectos direccionados a la creación de productos turísticos rurales y de esta forma se pueda trabajar mancomunadamente para el desarrollo del destino.
- A los actores públicos (GAD municipal y comunidades) en conjunto con el sector privado (Agencias de viajes y tour operadoras) implementar la presente propuesta de creación de productos turístico rural, con los diferentes agentes de distribución para el desarrollo de los productos y así poder incrementar la demanda turística del destino Puerto López.
- Se recomienda a las autoridades competentes como ministerio de turismo apoyar la actividad turística rural mediante la aplicación de proyectos de desarrollo turístico.

BIBLIOGRAFÍA

Ardila, A. (2015). Turismo, los orígenes y significados. Turismo y sociedad. 17. 143-153. DOI: http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n17.09

Azevedo Luíndia, Luisa (2007). Ecoturismo de pueblos indígenas: propuestas sostenibles, La Paz, Bolivia: Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de América Latina y el Caribe. Baltodano, M; Escobar, V; Figueroa, M; Prince, M. (2015). Planeación estratégica, táctica y operativa de un proyecto de @-capacitación docente en la Universidad Quintana Roo, México. Ensayos pedagógicos. 10 (1). 55 – 77. Recuperado de http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/ensayospedagogicos/article/view/7670/8256

Barrera; E. Muratore; N. (2002). Casos y experiencias del turismo rural. Turismo rural en Latino América.EI – SEV. 02 (21). 4 – 46 recuperado de https://www.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/turismo_rural_en_america_latina_2003.pdf

Basurto, X. (2016). Un acercamiento de la planificación estratégica y las organizaciones sanitarias. Dominio de las ciencias. 2 (3), 3 – 14.

Bravo, L; Alemán, A; Pérez, M. (2018). La actividad turística en el Ecuador: ¿turismo consciente o turismo tradicional? Revista ECA sinergia. 9 (18). 97-108.

Burkard's; Kow, N; Fuggle, L. (2017). Informe Tendencias de Turismo 2017. Trekksoft. 1 (2). 5-42. Recuperado de https://www.trekksoft.com/hubfs/ES_Trends_2017.pdf

Burgos, A. (2017). Análisis de factibilidad para implementar un Centro Turístico para el desarrollo del turismo comunitario en la Provincia de Manabí en el Cantón Puerto López. Recuperado de http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7835/2/TESIS%20PARA%20EMPASTAR.pdf

Cañada, Ernest (2012). Perspectivas del turismo comunitario: cómo mantener vivas las comunidades rurales. En Joan Buades, Ernest Cañada y Jordi Gascón (comp.), El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces, col. Thesis, núm. 3, Madrid: Foro Turismo Responsable-Red de Consumo Solidario.

Caro, J; Luque, A; Saya, B. (2015). Nuevas tecnologías para la interpretación y promoción de los recursos turísticos culturales. Pasos revista de turismo y patrimonio cultural. 13 (4). 931-945. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88140288014

Coelho, F; Sevilha, E. (2017). Factores de atractividad turística percibida. Estudios y perspectivas en turismo. 1 (26), 509-530. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v26n3/v26n3a01.pdf

Coma,J;Elorieta, B; Torres, A. (2015). La incidencia de las TIC en destinos turísticos de la Montaña Española un análisis de caso. Departamento de geografía, Universidad de Barcelona. Recuperado de https://www.cett.es/fitxers/campushtml/MiniWebs/122/papers/Coma_Elorrieta_Torres.pdf

Díaz, G. (2017). Turismo y desarrollo local. Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural, 15 (2), 333-340. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88150355004

Duarte, T. (2016). El método ODIT (Observación, Desarrollo e Ingeniería Turística) y su uso para la planificación estratégica y el desarrollo de los destinos turísticos. Revista Espiga. 31, p. 45-57.

El Telegrafo. (19 de Noviembre de 2016). Inversiones en el cantón Puerto López. Obtenido de www.eltelegrafo.com.ec: https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/malecon-potencia-el-turismo-en-puerto-lopez

Figueroa, L; Cavazos, J; Moreno, J.(2015). Desarrollo de productos turísticos rurales sustentables. Propuesta y validación de expertos respecto a tres variables. El periplo sustentable. 1 (28), 115 -139. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/1934/193435584005.pdf.

Flores, Y; Cunha, F; Chistoffoli, A. (2016). Turismo rural comunitario. Estudios y perspectivas en turismo. 25 (4), 576-596. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/1807/180747502010.pdf

GAD cantonal. (2015). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial. Recuperado de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1360003300001_PDYOT_PUERTO_LOPEZ_2014_2019_14-04-2015_20-35-13.pdf

Garcia, G; Durán, S; Cardeño, E; Prieto, R; García, E; Paz, A. (2017). Proceso de planificación estratégica: etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad. Espacios. 38 (52), 16- 30. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/321059717_Proceso_de_planificacion_estrategica_Etapas_ejecutadas_en_pequenas_y_medianas_empresas_para_optimizar_la_competitividad

Gobernación De Manabí. (2018). Nueva subestación eléctrica beneficiará a 61 mil habitantes de Puerto López en Manabí. *Manabí Noticias* .

Graffe, G. (2006). La planificación, modalidades y uso de los modelos. Universidad central de Venezuela. 1 (4). 1 -10. Recuperado de https://cursos.campusvirtualsp.org/repository/coursefilearea/file.php/61/bibli/m3-planificacion_modalidades_y_el_uso_de_modelos.pdf

Guevara, F. Castillo, S. Castillo, E. (2017). El distrito turístico rural: modelo de desarrollo para el cantón Pedernales – provincia de Manabí. Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación. 5 (2). P 49 – 58. Recuperado de https://www.upse.edu.ec/rcpi/index.php/revistaupse/article/view/174

Gutiérrez, G; Sánchez, M; Coronil, A. (2018). Redes sociales como medio de promoción turística en países iberoamericanos. Retos. 1 (1). 1- 13. DOI: https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.09

Hernández, P. 2010. Metodología de la investigación. 5ta. ed. McGraw. Entre lo ideal y lo real; ¿los cambios en los enfoques propuestos de turismo rural.Hill. México. 613 p.

Huertas, M 2015. El Turismo Rural Comunitario como modelo de DesarrolloHumano Sostenible. II Congreso Internacional Rural Sustentable. Estrategias para la competitividad rural. Arauca - Colombia: Universidad Nacional de Colombia -Sede Orinoquía.

Itaú fundación. (2015). Guía de planificación estratégica para organizaciones sociales y culturales. 2-18. Recuperado de http://www.fundacionitau.org.py/Content/Gacetillas/Gacetilla_130669740000000000_5526.pdf

Lucas, H. (1 de 7 de 2018). Ballenas, un ‘avistamiento’ rentable para Puerto López. Recuperado de: *expreso.ec* .

Mantilla, S. (2015). Copilado de turismo convencional y no convencional. Universidad Católica de los Ángeles. 1 (2), 1- 50, recuperado de https://erp.uladech.edu.pe/archivos/01/01018/textobase/11.pdf

Martins, D; Varum, C. (2017). La investigación sobre la medición de la innovación en las empresas de turismo. Estudios y perspectivas en turismo. 1 (1), 1-12. Recuperado de http://www.redalyc.org/jatsRepo/1807/180755643006/index.html

Ministerio de turismo y Deporte Uruguay. S.f. Manual de productos turísticos. Recuperado de. https://mintur.gub.uy/index.php/component/jdownloads/send/17-publicaciones/51-manual-producto-turistico?option=com_jdownloads

Ministerio de turismo. (2015). Más de 32.000 turistas visitaron Puerto López atraídos por las ballenas jorobadas. Recuperado de

https://www.turismo.gob.ec/mas-de-32-000-turistas-visitaron-puerto-lopez-atraidos-por-las-ballenas-jorobadas/

Ministerio de Turismo. (2017). Resaltando la importancia del turismo sostenible. https://www.turismo.gob.ec/resaltando-la-importancia-del-turismo-sostenible-para-el-desarrollo-se-celebra-el-dia-mundial-del-turismo-2017/

Ministerio de ambiente. (2019). Parque Nacional Machalilla. Recuperado de http://www.ambiente.gob.ec/parque-nacional-machalilla/

Ministerio De Desarrollo Urbano y Vivienda. (2015). PITI en Puerto López mejora la calidad de vida de sus. Recuperado de:*habitatyvivienda.gob.ec* , 1.

Mora, E; Vera, M; Melgarejo; Z. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. Estudios gerenciales. 31 (134), 79-87. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/212/21233043009.pdf

Morrillo, M. (2017). Turismo de eventos: Alternativa de diversificación de la oferta turística del estado Mérida, Venezuela. Actualidad Contable Faces. 1 (1), 1-21. Recuperado de http://www.redalyc.org/jatsRepo/257/25755483006/index.html

Municipio De Puerto Lopez. (2017). presupuesto de gasto . Recuperdo de: *puertolopez-meta.gov.co* , 4.

Noblecilla, M. Ortiz, L. Ruíz. J. Encalada, I. Ordoñez, I. (2017). Análisis del potencial turístico de las comunidades rurales. Caso de estudio: Comunidad Muyuyacu, El Oro-Ecuador. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo. 12 (1). P 48-59. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/318574080_Analisis_del_potencial_turistico_de_las_comunidades_rurales_Caso_de_estudio_Analysis_of_the_tourism_potential_of_the_rural_communities_Case_study_Muyuyacu_Community_El_Oro_Province_Ecuador

Plaza, N. 2013 “El patrimonio local, tangible e intangible, como recurso eje para el desarrollo económico local”. Tesis de Magíster. Santiago. Universidad Academia de Humanismo Cristiano.

Perona, E; Molina, E. (2016). Evolución y etapas del desarrollo turístico en la provincia de Córdoba, Argentina: ¿cuán lejos está el ideal del turismo sustentable?. Cuadernos de Turismo. 37 (1), 323-349. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/398/39845353014.pdf

Quintero, J. (2009). Contribuciones a la economía. Eumed. Net. Recuperado de http://www.eumed.net/ce/2009b/jcqp2.htm

Renda, A. Teotónio, I. (2017). Alojamiento turístico en espacio rural. La percepciòn de los emprendedores. Estudios y Perspectivas en Turismo. 26 (4)p. 845-863. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180752919005

SECTUR. (2004). Turismo alternativo. Recuperado de https://es.scribd.com/doc/136475705/turismoalternativo-sectur-2004

Toro, G; Galán, M; Pico, A; Rozo, E; Suescún, H. (2015). La planificación turística desde el enfoque de la competitividad: caso Colombia. Turismo y sociedad. 1 (16), 131-185. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/298332571_La_planificacion_turistica_desde_el_enfoque_de_la_competitividad_caso_Colombia

Universidad Nacional de Córdoba. (2016). Administración de las organizaciones. Argentina. Tecnicatura en gestión universitaria. https://www.um.es/documents/378246/2964900/Normas+APA+Sexta+Edici%C3%B3n.pdf/27f8511d-95b6-4096-8d3e-f8492f61c6dc

Universidad Santa María. (2012). La Planificación: Conceptos Básicos, Principios, Componentes, Características y Desarrollo del Proceso. (1). Recuperado de https://www.um.es/documents/378246/2964900/Normas+APA+Sexta+Edici%C3%B3n.pdf/27f8511d-95b6-4096-8d3e-f8492f61c6dc

Varisco, A. (2016).Turismo Rural: Propuesta Metodológica Para un Enfoque Sistémico. Pasos. 14 (1). P 153-167. Recuperado de http://nulan.mdp.edu.ar/2455/1/varisco.2016.pdf

Varisco, C. (2015). Turismo rural: propuesta para un enfoque metodológico. Pasos revista de turismo y patrimonio cultural. 1 (1). 1- 22. Recuperado de http://www.redalyc.org/jatsRepo/881/88143642011/index.html

Velázquez, J. (2015). Desarrollo estratégico del cantón Puerto López y su incidencia en el mejoramiento de las condiciones de vida para el buen vivir de la población,periodo: 2010 – 2013. Tesis presentada para optar el Grado De Magister En Población Y Desarrollo Local Sustentable. Universidad de Guayaquil. Recuperado de http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8434/1/Tesis%20final%2026_10_2015.pdf

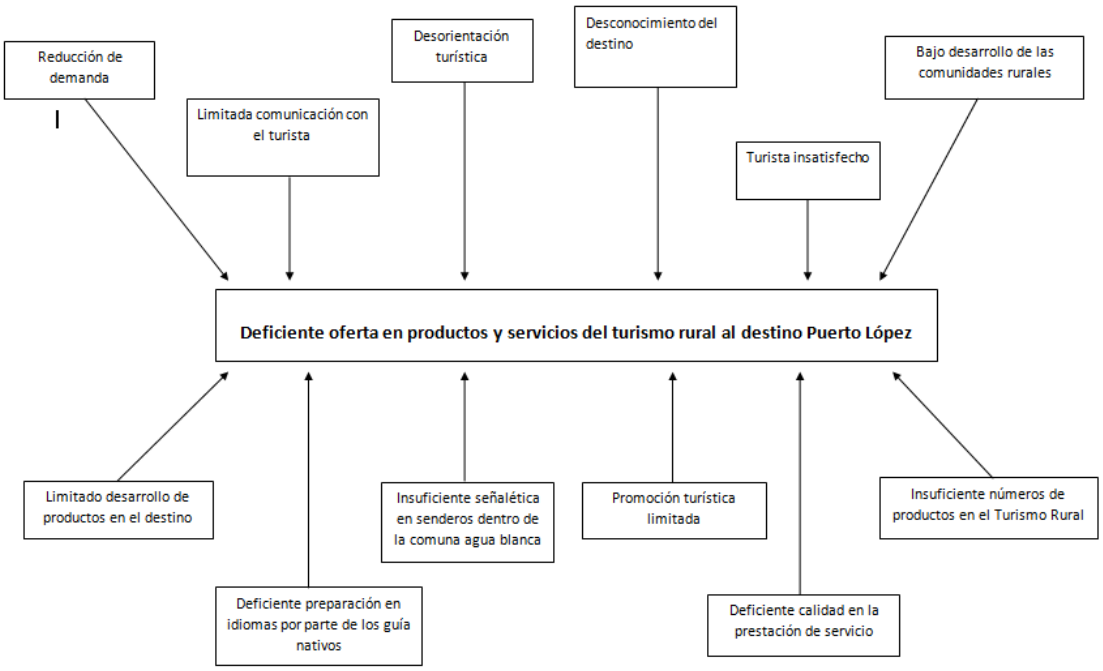
Velasco, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. Pasos. 14 (3), 577-594. Recuperado de http://www.pasosonline.org/Publicados/14316/PS316_02.pdf

Velasco, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. Pasos.

14 (3), 577-594. Recuperado de http://www.pasosonline.org/Publicados/14316/PS316_02.pdf

ANEXOS

ANEXO 1. Árbol de problema



ANEXO 2. Ficha de diagnostico

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ

FICHA DE CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA

Objetivo: Elaborar un diagnóstico integral para la valoración de espacios, infraestructura, atractivo y servicios públicos.

1. DATOS GENERALES

DATOS GENERALES	
NOMBRE DE PROVINCIA	
NOMBRE DE CANTÓN	
NOMBRE DE PARROQUA	
NOMBRE DEL DESTINO	

1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano y rural.

(Esta Información la puede encontrar en la página Web del INEC)

U_____.

R_____.

Fuente:_____.

2. OFERTA DE SERVICIOS

2.1 Alojamiento urbano y rural.

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en el destino (Una vez identificados los establecimientos de alojamiento, sírvase llenar el Apéndice No. 1).

1. HOTELES		**5. MOTELES**	
2. HOSTERIAS.		**6. HOSPEDERIAS COMUNITARIAS**	
3. HOSTALES		**7. CAMPING**	
4. PENSIONES		**8. OTRO_____**	

2.2 Alimentación

Identifique el tipo y número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en Puerto López (Una vez identificados los establecimientos de alimentación, sírvase llenar el Apéndice No. 2).

1. RESTAURANTES		**4. BARES**	
2. CAFETERIAS		**5. CANTINAS**	
3. FUENTES DE SODA		**6. KIOSKOS DE COMIDA**	

7. OTROS_____

_____

_____

_____

2.3 Esparcimiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de esparcimiento existentes en el destino.

1. DISCOTECAS		**3. INSTALACIONES DEPORTIVAS**	
2. CINES/ TEATROS		**4. BINGOS**	

5. OTROS

_____

_____

_____

2.4 Otros servicios

Identifique el tipo y número de establecimientos de otros servicios existentes en el destino.

1. AGENCIAS DE VIAJE		4. GUÍAS DE TURISMO	
2. OPERADORAS		5. BANCOS	
3. INFORMACIÓN AL TURISTA		6. CAJEROS AUTOMÁTICOS	
7. OTROS			

3. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

3.1. Distancias

Identifique las distancias que hay desde el punto de partida (centro turístico más cercano o ciudad principal) hasta la parroquia, así como el tiempo de recorrido y medio de transporte.

	Bus	Camioneta	Lancha	Canoa	Avión	Avioneta	Bestia	Caminando
Distancia a la cabecera parroquial (Km):_____								
Distancia a la cabecera cantonal (km):_____								

3.2. Principales vías de acceso a la comunidad:

1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA		**6. FLUVIAL**	
2. ADOQUINADA		**7. MARÍTIMA**	
3. EMPEDRADA		**8. AÉREA**	
4. LASTRADA		**9. SENDERO**	
5. DE TIERRA (CARROSABLE)		**10. OTRO**_____	

_____

_____

_____

3.3. Para llegar al destino Puerto López (o dentro de ella) existe señalización:

a) VIAL

1. Sí
2. No

b) TURÍSTICA

1. Sí
2. No

3.4. En el cantón se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

1. BUS
2. CAMIONETA
3. TAXIS
4. LANCHA
5. CANOA
6. AVIÓN
7. AVIONETA
8. NINGUNO
9. OTRO_____

3.5. En Puerto López existen las siguientes terminaleso estaciones de transporte (Puede marcar más de una opción):

1. BUS
2. CAMIONETA
3. CAMIONES
4. TAXIS
5. MARÍTIMO
6. FLUVIAL
7. LACUSTRE
8. AÉREO
9. OTRO_____

_____

_____

_____

3.6. Descripción del transporte público terrestre que presta servicio a la comunidad

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACIÓN/TERMINAL	TIPO DE TRANSPORTE		FRECUENCIA DEL SERVICIO	TIPO DE VEHÍCULO
		LOCAL	INTER-CANTONAL		

3.7. Si no existe medio de transporte público, señale la distancia a la que se puede abordar cualquier tipo de transporte motorizado:

_____ Km.

COMUNICACIONES

3.8. Existe servicio telefónico en el destino: Marque con una X

1. SÍ
2. NO

_____

_____

_____

3.9. La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a _____ Km.

3.10. Existe señal de servicio telefónico celular en Puerto López:

1. Sí
2. No

_____

_____

_____

3.11. En Puerto López existen _____cabinas de servicio telefónico para uso público.

3.12. En la comunidad existen _____ cibercafés o establecimientos de uso público de Internet.

3.13. Existe oficina de correos en la comunidad:

1. Sí
2. No

SANIDAD

3.14 Existe una planta potabilizadora en el cantón Puerto López

1. SÍ
2. NO

3.14. Existe red de agua entubada:

1. Sí % de la población con agua entubada_____
2. No

Consumo de agua (m^3) por habitante: _____

3.16. Fuente principal de abasto / Qué tipo de agua se consume:

1. RED PÚBLICA 6. POZO

2. PILA O LLAVE PÚBLICA 7. RÍO, VERTIENTE, ACEQUIA

3. OTRA FUENTE POR TUBERÍA 8. AGUA LLUVIA

4. CARRO REPARTIDOR 9. OTRO_____

_____

_____

_____

3.17. Existe sistema de alcantarillado en el cantón: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. Sí % de la población con alcantarillado

2. No

Como se encuentra la infraestructura**:**

_____

_____

Manejo de desechos sólidos:

_____

_____

_____

3.18. En dónde elimina las excretas la mayoría de la población: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. EXCUSADO Y ALCANTARILLADO

2. LETRINA

3. AIRE LIBRE, RÍO, ESTERO

4. POZO SÉPTICO

5. POZO CIEGO

6. OTRO_____

_____

_____

_____

3.19. Cómo elimina la basura la mayoría de la población:

1. CARRO RECOLECTOR
2. SE QUEMA
3. SE ENTIERRA
4. 0TRO _____

Donde se deposita la basura y de que manera:

_____

_____

_____

3.20. Existen establecimientos de salud en el cantón:

1. Sí
2. No

3.21. Instancias y/o establecimientos de salud que existen: Puede marcar más de una casilla si es necesario.

1. PARTERAS CAPACITADAS
2. PARTERAS NO CAPACITADAS
3. PROMOTORES DE SALUD
4. CURANDERO TRADICIONAL
5. SHAMAN
6. BOTIQUIN COMUNITARIO
7. SUB-CENTRO DE SALUD
9. HOSPITAL PÚBLICO
10. DISPENSARIO PÚBLICO
11. UNIDAD MÓVIL
12. CONSULTORIO PRIVADO
13. CLÍNICAS
14. HOSPITAL PRIVADO
15. FARMACIA

8. CENTRO DE SALUD 16. OTRO

_____

_____

_____

3.22. Si no hay establecimientos de salud en el cantón.

1. A cuál establecimiento asisten para atender su salud_____

2. Parroquia o cabecera cantonal a la cual pertenece el establecimiento de salud_____

3. Distancia del establecimiento al cuál asisten (Km) _____

ENERGIA

3.23. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

1. Si ☐
2. No ☐

3.24. Distancia al lugar más cercano con energía eléctrica: _____ Km.

3.25. Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica: _____.

Legales_____ Ilegales_____

Consumo energético (kW por habitante) _____

3.26. Existen gasolineras en la comunidad

1. Sí ☐ ¿Cuántas?
2. No ☐

_____

3.27. Distancia a la gasolinera más cercana: _____ Km.

4. GOBERNANZA

4.1. ¿Tienen proyectos de universidades relacionados al aporte del turismo responsable?

SI____ NO_____

INSTITUCIÓN	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD

¿Cuáles son los procesos que aportan a la conservación y aprovechamiento sustentable de los recursos o espacios protegidos?

_____

_____

4.2. Existen planes de desarrollo y proyectos turísticos vinculados con universidades dentrodel destino, tanto del sector público, privado u ONG. Si es así, nombre el plan y el año en que se empezó o empezara a ejecutar.

1. Sí ____
2. No ___

PLAN	**AÑO**

4.3. Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad (marque con una x):

TIPO DE ORGANIZACIÓN

1. JUNTA PARROQUIAL _____

2. COMITÉ DE BARRIO _____

3. DIRECTIVA COMUNITARIA _____

4. COMITÉ DE DESARROLLO_____

5. COOPERATIVAS _____

6. ORGANIZACIÓN DE MUJERES _____

7. COMITÉ DE PADRES DE FAMILIA _____

8. ORGANIZACIONES RELIGIOSAS _____

9. CLUBES _____

10. ASOCIACIONES DE TURISMO _____

11. OTRAS_____

¿De qué manera se vinculan estas a la conservación mediante el turismo?

_____

_____

5. COMUNIDAD RECEPTORA

5.1. A qué actividades económicas principales se dedica la población (Para contestar esta pregunta se puede consultar en el INEC. Llene las casillas con porcentajes):

1. AGRICULTURA, CAZA, AVICULTURA, PESCA, GANADERÍA		6. SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	
2. EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS		7. TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN	
3. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS 3.1 ARTESANÍAS		8. ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS	

4. ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA		9. COMERCIO	
5. CONSTRUCCIÓN		10. TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES	
		11 ACTIVIDADES NO ESPECIFICADAS_____	

Fuente: _____

5.4. Dentro del destino la población participa en actividades vinculadas con el turismo sostenible: puede marcar más de uno si así fuere el caso.

1. TRABAJO EN GRUPO
2. MINGA
3. ASAMBLEA COMUNITARIA
4. ORDENAMIENTO DEL TERRITORIO
5. GESTION TURISTICA
6. OTRAS

Comentarios:

5.5. Ha participado la Comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con:

	SI	NO
1. MUNICIPIO		
2. GOBIERNO PROVINCIAL		

De qué manera participa o está involucrado:

_____

_____

5.6. Destrezas para turismo encontradas en la comunidad. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

	# De personas
1. INGLÉS	
2. CAPACIDAD O EXPERIENCIA EN GUIANZA	
3. COCINA	
4. CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN	
5. OTRA _____	

ANEXO 3. Encuesta

ENCUESTA

ESCUELA SUPERIOR AGROPECUARIA DE MANABI
"MANUEL FELIZ LPEZ"

CARRERA DE TURISMO

1. Nacionalidad: ……..

2. Sexo: M ( ) F ( )

3. Edad:

18 a 24 años ( ) 25 a 34 años ( ) 35 a 44 años ( ) 45 a 64 años ( )

4. Ocupación: Profesional ( ) Estudiante ( ) Otro……

5. Usted viaja a través de: Agencias de viaje ( ) Independiente ( )

6. Cuál es el principal motivo de su viaje?

Distracción ( ) Negocios ( ) Turismo ( ) Religión ( )
Visita a familiares ( ) Aventura ( ) Turismo Rural ( )

7. Con quien viaja?

Familia ( ) Amigos ( ) Pareja ( ) Independiente ( )

8. Ah realizado alguna de estas actividades en el cantón Puerto López?

a. Observación de flora y fauna. ( )
b. Visita a sitios históricos. ( )
c. Visita sitios naturales ( )
d. Degustación de bebidas y comidas típicas. ( )

e. Realizar deportes (cabalgatas, ciclismo, caminatas) ( )

9. Cuánto dura su promedio de visita?

1 Día ( ) 2Días ( ) 3Días ( ) 4Días ( ) Una semana ( )

10. Que lugares del cantón considera más importante para su visita?

Comunidad Agua Blanca ( ) P.N. Machalilla ( ) Playa Los Frailes ( ) Ayampe ( )

11. Qué tipo de alojamiento prefiere?

Hotel ( ) Casa Rural ( ) Hosterías ( ) Moteles ( ) Cabañas ( ) Otra ( )

12. Qué medio de información usted utiliza para informarse acerca del destino?

TV ( ) Radio ( ) Internet ( ) por Amigo/Familiar ( ) Otro ( )

13. Cuanto estaría dispuesto a gastarpor un producto turístico rural?

$15 - $20 ( ) $21 - $40 ( ) $41 - $60 ( ) Mas (especifique)……

ANEXO 3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA:

1. Nacionalidad

De acuerdo a los datos presentados en el gráfico 1, muestra que la nacionalidad de los turistas que visitan Puerto López esta representado por un 4% de Noruegos, 7% franceses, 10% Canadienses, 22% chilenos, 23% Argentinos y el 34% Ecuatorianos.

Es decir que de acuerdo a la encuesta realizada, la mayor parte de visitantes son los ecuatorianos, debido a la accesibilidad de los diferentes lugares turisticos del pais.

NACIONALIDAD							
	Ecuatoriano	**Noruego**	**Canadiense**	**Francesa**	**Chilena**	**Argentina**	**Total**
Frecuencia	66	8	19	14	43	46	196
Porcentaje	34%	4%	10%	7%	22%	23%	100%

Cuadro 1. Variable nacionalidad

Fuente: Elaboración Propia

2. Sexo

Tomando en cuenta los datos presentados en el gráfico numero 2, esta representada por el 44% femenino y un 56% de sexo masculino, lo que demuestra que en su mayoria son hombres quienes visitan el cantón.

SEXO			
	Masculino	**Femenino**	**Total**
Frecuencia	110	86	196
Porcentaje	56%	44%	100%

Cuadro 2. Variable sexo

Fuente: Elaboración propia

3. Edad

Analizando el gráfico 3, el rango de edad de los turistas que visitan Puerto López son: 62% estan entre 18-24 años, 31% entre 25-34 años un 5% entre los 45-64 años y un 2% estan entre 35-44 años, lo que demuestra que los jovenes

son los que más visitan Puerto López, debido a que en esta zona se puede encontrar actividades orientadas para todo tipo de públicos, como lo son los deportes extremos y acuaticos.

EDAD					
	18-24	**25-34**	**35-44**	**45-64**	**Total**
Frecuencia	121	60	5	10	196
Porcentaje	62%	31%	2%	5%	100%

Cuadro 3. Variable edad

Fuente: Elaboración propia

4. Ocupación

En concordancia con los datos presentados en el gráfico 4, la ocupación que tiene son 62% estudiantes , 30% profesionales y 8% en otra ocupación lo cual el de mayor acogida es el estudiante.

OCUPACIÓN				
	Profesional	**Estudiante**	**Otro**	**Total**
Frecuencia	60	121	15	196
Porcentaje	30%	62%	8%	100%

Cuadro 4. Variable ocupación

Fuente: Elaboración propia

5. Usted viaja a través de

Deacuerdo a los datos presentados en el gráfico 5, los turista viajan a través de 3% con agencia de viajes y el 97% independiente lo que demuestra que el turista prefiere viajar y tomar sus propios riesgos.

¿VIAJA A TRAVÉS DE?			
	Agencia de viaje	**Independiente**	**Total**
Frecuencia	6	190	196
Porcentaje	3%	97%	100%

Cuadro 5. Viaja a través de

fuente: Elaboración propia

6. Cuál es el principal motivo de su viaje?

El resultado que se obtuvo en los datos presentados en el gráfico 6, la motivación de los turistas que visitan Puerto López son con un 2% por negocios, 11% por motivo de trabajo, 24% visita a familiares, 63% por turismo, por lo cual se determina que la motivación predominante que los turistas tienen es de realizar actividades turísticas.

MOTIVO DE VIAJE					
	Visita a familiares	**Turismo**	**Negocios**	**Trabajo**	**Total**
Frecuencia	48	123	4	21	196
Porcentaje	24%	63%	2%	11%	100%

Cuadro 6. Motivo de viaje

fuente: Elaboración propia

7. Con quien viaja?

Acorde con los datos presentados en el gráfico 7, los turistas frecuentan viajar un 9% independiente, 17% en pareja, 26% en familia y un 48% frecuenta viajar con amigos en su mayoria grupos de 3 o más que disfrutan de las diferentes actividades.

¿CON QUIEN VIAJA?					
	Independiente	**Pareja**	**Familia**	**Amigos**	**Total**
Frecuencia	18	34	50	94	196
Porcentaje	9%	17%	26%	48%	100%

Cuadro 7. Con quien viaja

Fuente: Elaboración propia

8. Ah realizado alguna de estas actividades en el cantón Puerto López?

Tomando en cuenta los datos presentados en el gráfico 8, las actividades consideradas más importantes son las siguientes, 2% visita a sitios historicos, 3% degustaciòn de bebidas y comidas tipicas, 10% visita a sitios naturales,

39% realizar deportes, 46% observación de flora y fauna la cual es una de las actividades más importantes y que generan el mayor movimiento turístico en el cantón.

¿ACTIVIDADES REALIZADAS?						
	Observación de flora y fauna	**Visita a sitios históricos**	**Visita sitios naturales**	**Degustación de bebidas y comidas típicas**	**Realizar deportes**	**Total**
Frecuencia	90	4	19	6	77	196
Porcentaje	46%	2%	10%	3%	39%	100%

Cuadro 8. Actividades realizadas

Fuente: Elaboración propia

9. Cuánto dura su promedio de visita?

Deacuerdo a los datos presentados en el gráfico 9, el promedio de visita de los turistases el 3% es de tres días, 17% un día, 19% cuatro días, 23% dos días y un 38% una semana lo que demuestar que existe una percnotación aceptable para los establecimientos de hospedaje.

¿PROMEDIO DE DURACIÓN DE VISITA?						
	1 Día	**2Días**	**3Días**	**4Días**	**Una semana**	**Total**
Frecuencia	33	46	6	37	74	196
Porcentaje	17%	23%	3%	19%	38%	100%

Cuadro 9. Duración de visita

Fuente: Elaboración propia

10. Que lugares del cantón considera más importante para su visita?

Tomando en cuenta los datos presentados en el gráfico 10, los lugares consideradan en la visita al cantón son las siguientes, 13% Ayampe, 14% comunidad Aua Blanca, 33% P.N.Machalilla, 40%playa Los Frailes la cual es uno de los lugares considerado en la visita al destino.

LUGARES QUE CONSIDERA IMPORTANTE EN LA VISITA AL CANTON?					
	Comunidad Agua Blanca	**P.N. Machalilla**	**Playa Los Frailes**	**Ayampe**	**Total**
Frecuencia	27	64	79	26	196
Porcentaje	14%	33%	40%	13%	100%

Cuadro 10. Lugares que considera importante en la visita al cantón

Fuente: Elaboración propia

11. Qué tipo de alojamiento prefiere?

En concordancia con los datos presentados en el gráfico 11, el tipo de alojamiento que prefieren son con un 8% otro, 11% cabañas, 16% hosterias, 18% casa rural y 47% hoteles los cuales tienen más acogida en el momento de hospedarse.

¿TIPO DE ALOJAMIENTO QUE PREFIERE?							
	Hotel	**Casa Rural**	**Hosterías**	**Moteles**	**Cabañas**	**Otra**	**Total**
Frecuencia	92	34	32	0	22	16	196
Porcentaje	47%	18%	16%	0%	11%	8%	100%

Cuadro 11. Tipo de alojamiento que prefiere

Fuente: Elaboración propia

12. Qué medio de información usted utiliza para informarse acerca del destino?

Deacuerdo a los datos presentados en el gráfico 12, el medio que utiliza para informarse del destino los turistas es el 5% otro medio, 13% por amigo o familiary un 82% por medio del internet lo que demuestar que es el mejor medio para informarse.

¿MEDIO QUE UTILIZA PARA INFORMARSE DEL DESTINO?						
	TV	**Radio**	**Internet**	**por Amigo/Familiar**	**Otro**	**Total**
Frecuencia	10	0	160	26	0	196
Porcentaje	5%	0%	82%	13%	0%	100%

Cuadro 12. Medio que utiliza para informarse del destino

Fuente: Elaboración propia

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastarporun producto turístico rural?

Acorde a los datos presentados en el gráfico 13, los turistas estarian dispuestos a pagar por las actividades, mencionaron el 10% 80-100 dolares, 14% 40-60 dolares, 23% 20-40 dolares y 53% 10-20 dolares lo que define un gasto promedio realizado por los turístas dentro del cantón Puerto López.

DISPONOBILIDAD DE PAGO					
	$ 10-20	**$ 20-40**	**$ 40-60**	**$ 80-100**	**TOTAL**
Frecuencia	104	46	27	19	196
Porcentaje	53%	23%	14%	10%	100%

Cuadro 13. Disponibilidad de pago

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 4. Matriz FODA

FORTALEZA	**OPORTUNIDADES**
DEBILIDADES	**AMENAZAS**

ANEXO 5. Entrevista

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ

Entrevista gestores publicos

Objetivo. –Determinar la eficiencia en la gestión turística local con respecto en la diversificación y fomento en la construcción de productos y servicios turísticos en el destino Puerto López.

1.- ¿Se han diseñado y aplicado proyectos para potenciar el turismo en el destino? Si la respuesta es afirmativa ¿de qué tipo?

Sí ☐ No ☐

2.- ¿Considera Ud. que el cantón presenta los atractivos turísticos y la infraestructura necesaria para poder desarrollar con mayor intensidad el turismo?

Sí ☐ No ☐

3 ¿Cuánto es el estimado de inversión en el mejoramiento de servicios básicos y complementarios relacionados al desarrollo del turismo en el destino?

4.- ¿Cree que existe real interés en potenciar el sector turístico por parte del (GAD) y otros agentes? Si la respuesta es afirmativa ¿Qué planes o programas específicos existen en la actualidad?

5.- ¿Existen iniciativas conjuntas con el sector privado para potenciar el turismo? ¿Cuáles son y que se ha alcanzado?

6.- ¿Existen propuestas que busquen desarrollar el turismo rural en el destino puerto López, ¿cuáles y que acciones se han realizado?

7.- ¿Se ha desarrollado una marca o imagen que trate de promocionar y comercializar el destino puerto López como un solo producto?

8.- ¿Existe un plan de desarrollo turístico en el destino y cuáles son sus objetivos estratégicos?

9.- ¿Existe algún organismo descentralizado público o privado que gestione la generación de información y promoción para la comercialización del destino turístico puerto López?

10.- ¿De qué manera se vincula la comunidad receptora en el desarrollo del destino turístico?

11.- ¿Cuáles son las actividades más atractivas y típicas de la zona para el turismo?

Turismo rural ☐ Turismo de naturaleza ☐ turismo sol y playa ☐ sorckel ☐

Arqueología ☐ buceo ☐ turismo de aventura ☐

12.- ¿Conoce Ud. cuál es el número de llegadas de turistas a Puerto López?

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ

Objetivo: esta ficha es una herramienta de recolección de datos en la investigación de tesis sobre el desarrollo de productos para el fomento del turismo rural en el destino Puerto López

Nombre:_____

Dirección:_____

Propietario:_____

Servicio:_____

1.- ¿Qué turistas visitan este destino?

Extranjeros ☐ Nacionales ☐

Estacionalidad o Temporada_____

2.- ¿Cómo cree Ud. que identifican los turistas al destino Puerto López?

Avistamiento de ballenas ☐ sol y playa ☐ snorkel ☐ turismo de naturaleza ☐

Buceo ☐ arqueología ☐ turismo de aventura ☐ turismo rural ☐ otros ☐

3.- ¿Que se conoce o se recomienda en las redes sociales sobre el destino Puerto López?

_____

4.- ¿Cree Ud. que conoce el segmento de mercado que visita el destino o producto? ☐ ☐

Sí No

Origen: _____

Edad.- 18-30 ☐ 30-45 ☐ 45-60 ☐

5.- ¿Cuánto es el gasto promedio de los turistas que visitan el lugar?

$ 200/300 ☐ $ 400/600 ☐ $ 700/1000 ☐

6.- ¿Por lo general cuanto son las noches de pernoctación en el destino?

7.- ¿Cuál es la percepción del turista en cuanto a servicios básicos y complementarios?

8.- ¿Cuál es la percepción del turista en cuanto a la planta turística?

Buena ☐ mala ☐ regular ☐

9.- ¿Cuál es su perspectiva de crecimiento del sector del turismo en el destino?

Alta ☐ media ☐ baja ☐

10.- ¿Qué cree Ud. que hace único o auténtico el destino puerto López ante los viajeros?

11.- ¿Cuáles piensa Ud. que son los iconos o atractivos que generan demanda al destino Puerto López?

AGUA BLANCA ☐ CULTURA ☐ SOL Y PLAYA ☐

LOS FRAILES ☐

AVISTAMIENTO DE BALLENAS ☐ ISLA DE LA PLATA ☐ OTROS ☐

12.- ¿Qué cree Ud. que hace falta para el crecimiento del destino Puerto López?

Servicios básicos ☐ accesos ☐ promoción ☐ inversión publica ☐

Inversión privada ☐ profesionalización del recurso humano ☐

Diseño de productos ☐ actividades ☐

13.- ¿El destino posee una marca o imagen que lo identifique? Cual

Si ☐ No ☐

14.- ¿Existe un organismo público o privado que se encargue de la promoción equipamiento y formación de la calidad del producto o destino?

Si ☐ No ☐ cuál

15.- ¿Qué limitantes observa Ud. para potenciar la actividad turística rural en la zona?

16.- ¿En la escala del 1 al 5 en cuanto considera Ud. que las poblaciones de las comunidades rurales tienen interés en diversificar la oferta del turismo rural en el cantón?

1 2 3 4 5

17.- ¿De qué forma cree Ud. que se podrá potenciar la actividad turística en la zona?

Avistamiento de ballenas ☐ sol y playa ☐ snorkel ☐ turismo de ☐ naturaleza

Buceo ☐ arqueología ☐ turismo de aventura ☐ turismo rural ☐ otros

ANEXO 6. Matriz de potencialidades

ESPAMMFL
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ

Carrera de TURISMO

MATRIZ DE POTENCIALIDADES
Objetivo: Evaluar el potencial turístico de los espacios inventariados.

MATRIZ DE POTENCIALIDADES TURÍSTICAS									
ATRACTIVO Y/O RECURSO	CARÁCTER		ATRIBUTOS						TOTAL
	C	A	P	D	d	u	a	e	

RECURSO Y/O ATRACTIVO	VALOR TOTAL	POTENCIALIDAD
		MAYOR POTENCIALIDAD
		POTENCIALIDAD EMERGENTE

ANEXO 7. Matriz de producto y mercado

MATRIZ DE COMPARACIÓN ENTRE PRODUCTO Y MERCADO				
DESTINO:				
PRODUCTO/MERCADO	EXTRANJERO =		NACIONAL =	
	TOUR	INDEPENDIENTE	TOUR	INDEPENDIENTE
Naturaleza				
Observación De Flora Y Fauna				
Patrimonio Y Cultura				
Gastronomía				
Aventura Y Deportes Extremos				

ANEXO 8. Matriz de destino

MATRIZ DE DESTINO				
Producto	Edades			
	18-24 años =121 encuestados	25-34 años =60 encuestados	35-44 años =5 encuestados	45-64 años =10 encuestados
Naturaleza				
Observación De Flora Y Fauna				
Patrimonio Y Cultura				
Gastronomía				
Aventura Y Deportes Extremos				

ANEXO 9. Matriz de evaluación de infraestructura y servicio

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE INFRAESTRUCTURA Y SERVICIO												
CONCEPTO DE PRODUCTO	**PÚBLICO OBJETIVO**	**CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA**						**CONDICIONES DE SERVICIO**				
		Embarcadero muelle fluvial	**Mirador**	**Mapa de información alumario**	**Señalización de senderos**	**Servicios higiénicos**	**Estaciones de descanso**	**Guías bilingües**	**Zona para camping**	**Alojamiento (hostales)**	**Alojamiento (albergues/ec oalodge)**	**Alimentación**
Aventura Y Deportes Extremos	Vacacionista de 18-24 años											
Observación De Flora Y Fauna	Vacacionista de 25-34 años											
Naturaleza y gastronomía	Vacacionista de 35-44 años											
Patrimonio y cultura	Vacacionista de 45-64 años											

ANEXO 10. Matriz para la priorización de productos turísticos.

MATRIZ PARA LA PRIORIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICO				
Producto turístico	**Mercado**	**Tiempo requerido para la implementación**	**Requerimientos económicos- nivel de inversión requerido**	**Condiciones para la gestión**
Aventura Y Deportes Extremos				
Observación De Flora Y Fauna				
Naturaleza y gastronomía				
Patrimonio y cultura				

ANEXO 11. Entrevistando a los gestores públicos y privados en el destino Puerto López.