



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ  
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

**CARRERA TURISMO**

**TESIS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO  
EN TURISMO**

**TEMA:**

**PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO  
SOCIOECONÓMICO DE LA PARROQUIA HONORATO  
VÁSQUEZ DEL CANTÓN SANTA ANA**

**AUTORES:**

**CARMEN ADRIANA ÁLVAREZ BERMÚDEZ**

**RODY SIMÓN MENDOZA ZAMBRANO**

**TUTOR:**

**MGS. JOHNNY BAYAS ESCUDERO**

**CALCETA, NOVIEMBRE DEL 2014**

## **DERECHOS DE AUTORÍA**

Carmen Adriana Álvarez Bermúdez y Rody Simón Mendoza Zambrano, declaran bajo juramento que el trabajo aquí 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 declaración cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su reglamento.

---

**Carmen A. Álvarez Bermúdez**

---

**Rody S. Mendoza Zambrano**

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

Johnny Bayas Escudero certifica haber tutelado la tesis de **PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA PARROQUIA HONORATO VÁSQUEZ DEL CANTÓN SANTA ANA**, que ha sido desarrollada por Carmen Adriana Álvarez Bermúdez y Rody Simón Mendoza Zambrano, previa la obtención del título de Ingeniero en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

---

**MGS. JOHNNY BAYAS ESCUDERO**  
**TUTOR**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL**

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaran que han **APROBADO** la tesis **PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA PARROQUIA HONORATO VÁSQUEZ DEL CANTÓN SANTA ANA**, que ha sido propuesta, desarrollada y sustentada por Carmen Adriana Álvarez Bermúdez y Rody Simón Mendoza Zambrano, previa la obtención del título de Ingeniero en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

---

**MGS. NIXON CASTRO**

**MIEMBRO**

---

**MGS. JUAN VILLACRESES**

**MIEMBRO**

---

**MGS. YAMIL DOUMET**  
**PRESIDENTE**

## **AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento infinito a Dios, por darnos la fuerza de continuar día a día a pesar de los obstáculos que se presentan en nuestros caminos, y nos brinda la motivación para superarnos constantemente.

A nuestras familias, por ese apoyo incondicional durante este proceso de aprendizaje.

A la Escuela Superior Politécnica de Manabí “Manuel Félix López”, por acogernos y permitirnos culminar este ciclo de enseñanza.

Gratitud especial hacia nuestro tutor, el Magister Johnny Bayas Escudero, por darnos las pautas acertadas y necesarias para culminar nuestro trabajo final.

**Adriana Álvarez**

**Rody Mendoza**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado a nuestras familias, ya que ellos son quienes desde siempre consideraron nuestra voluntad de superación y nunca dejaron de creer en nuestras aspiraciones siendo los principales espectadores de cada paso de este trayecto universitario.

**Adriana Álvarez**

**Rody Mendoza**

## CONTENIDO

DERECHOS DE AUTORÍA .....	ii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR .....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT .....	xiii
<b>CAPÍTULO I. ANTECEDENTES .....</b>	<b>1</b>
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.2. JUSTIFICACIÓN .....	3
1.3. OBJETIVOS .....	4
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	4
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
1.4. IDEA A DEFENDER .....	5
<b>CAPITULO II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>6</b>
2.1. INTRODUCCIÓN.....	6
2.2. PRODUCTO TURÍSTICO .....	7
2.3. PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE .....	7
2.3.1. OFERTA TURÍSTICA .....	8
2.3.2. DEMANDA .....	9
2.3.3. DIAGNOSTICO TURÍSTICO .....	9
2.3.4. ATRIBUTOS DEL PRODUCTO .....	10
2.3.5. DISEÑO DEL PRODUCTO.....	10
2.3.6. COMERCIALIZACIÓN.....	11
2.4. DESARROLLO SOCIOECONÓMICO.....	11
2.4.1. DESARROLLO SOSTENIBLE .....	11
2.5. MODALIDADES DEL TURISMO .....	12
2.5.1. TURISMO RURAL.....	12
2.5.2. TURISMO ACTIVO.....	13
2.6. CONCLUSIONES DEL MARCO TEÓRICO.....	14
<b>CAPITULO III. DISEÑO METODOLÓGICO .....</b>	<b>15</b>
3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCEDER METODOLÓGICO.....	18
<b>CAPITULO IV. RESULTADOS.....</b>	<b>20</b>

4.1.	FASE I: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL .....	20
4.1.1.	CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR .....	20
a)	UBICACIÓN GEOGRÁFICA .....	20
b)	DIVISIÓN POLÍTICA.....	21
c)	CLIMA .....	21
4.1.2.	INVENTARIO DE RECURSOS.....	21
4.1.2.1.	DETERMINACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS .....	31
4.1.3.	ESTUDIO DE MERCADO.....	32
4.1.3.1.	DETERMINACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA .....	32
a)	SERVICIO DE ALOJAMIENTO .....	32
b)	SERVICIO DE RESTAURACIÓN .....	35
c)	SERVICIO DE TRANSPORTE .....	37
4.1.3.2.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA POTENCIAL .....	38
4.1.3.3.	ANÁLISIS DE FACTORES INTERNOS .....	40
4.1.3.4.	ANÁLISIS DE FACTORES EXTERNOS.....	41
4.1.3.5.	IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA TURÍSTICA .....	42
4.1.3.6.	MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO .....	44
4.1.3.7.	ANÁLISIS DE GESTIÓN .....	45
4.1.3.8.	CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA .....	46
4.1.3.9.	RESULTADO DE LA ENCUESTA .....	47
4.2.	FASE II: DEFINICIÓN DE ATRIBUTOS DEL PRODUCTO.....	59
4.2.1.	DETERMINACIÓN DE LOS ATRIBUTOS DEL ALOJAMIENTO.....	60
4.2.1.1.	ATRIBUTOS DE LA RESTAURACIÓN.....	60
4.2.1.2.	DETERMINACIÓN LOS ATRIBUTOS DEL TRANSPORTE .....	61
4.2.1.3.	DETERMINACIÓN DE LOS ATRIBUTOS DEL SERVICIO DE GUÍAS	61
4.2.1.4.	DETERMINACIÓN DE LOS ATRIBUTOS DE LOS RECURSOS.....	62
4.3.	FASE III: DISEÑO DEL PRODUCTO.....	62
4.3.1.	ESTRUCTURACIÓN DEL PRODUCTO .....	62
a)	DEFINICIÓN DEL PRODUCTO .....	63
b)	DETERMINACIÓN DEL CONCEPTO Y NOMBRE DEL PRODUCTO .....	63
4.3.2.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	70
4.3.2.1.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD AMBIENTAL.....	70
a)	MATRIZ LEOPOLD.....	70

b) PLAN DE MANEJO AMBIENTAL.....	71
4.3.2.2. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA.....	81
a) PUNTO DE EQUILIBRIO .....	81
4.4. FASE IV: COMERCIALIZACIÓN .....	83
4.4.1. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO.....	83
<b>CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>86</b>
5.1. CONCLUSIONES.....	86
5.2. RECOMENDACIONES.....	88
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>89</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>95</b>
Anexo 1. Formato de encuesta para determinar el segmento de mercado.....	96
Anexo 2. Formato de ficha de inventario y evaluación de recursos turísticos .....	97
Anexo 3. Costeo del primer itinerario .....	102
Anexo 4. Costeo del segundo itinerario.....	105
Anexo 5. Costeo del tercer itinerario .....	108
Anexo 6. Matriz de LEOPOLD.....	111

## **CONTENIDO DE CUADROS, GRÁFICOS Y FIGURAS**

### **CONTENIDO DE CUADROS**

Cuadro 4.1. Inventario de recursos turísticos de Santa Ana.....	22
Cuadro 4.2. Sitios de interés turístico del cantón Santa Ana.....	23
Cuadro 4.3. Recursos determinados a partir de la investigación de campo .....	25
Cuadro 4.4. Inventario de recursos.....	26
Cuadro 4.5. Ficha de resumen de inventarios.....	30
Cuadro 4.6. Potencialidades turísticas.....	31
Cuadro 4.7. Valoración y potencialidad de los recursos turísticos de la parroquia Honorato Vásquez .....	32
Cuadro 4.8. Servicio de alojamiento .....	34
Cuadro 4.9. Centros de alojamiento no registrados en el catastro del MINTUR.....	34
Cuadro 4.10. Servicio de restauración .....	36
Cuadro 4.11. Centros de restauración no registrados en el catastro del MINTUR .....	36
Cuadro 4.12. Medios de transporte.....	37
Cuadro 4.13. Fórmula para la demanda potencial .....	39
Cuadro 4.14. Fórmula para la demanda objetiva .....	39
Cuadro 4.15. Matriz EFI.....	41
Cuadro 4.16. Matriz EFE para la determinación de oportunidades y amenazas .....	42
Cuadro 4.17. Cuadro comparativo de las potencialidades de los recursos .....	43

Cuadro 4.18. Matriz del perfil competitivo .....	44
Cuadro 4.19. Análisis de gestión .....	45
Cuadro 4.20. Fórmula para identificar la población .....	46
Cuadro 4.21. Género .....	47
Cuadro 4.22. Edad.....	48
Cuadro 4.23. País de procedencia.....	49
Cuadro 4.24. Estado civil .....	50
Cuadro 4.25. Ocupación .....	51
Cuadro 4.26. El turista ha realizado o no turismo rural.....	52
Cuadro 4.27. Medios de información .....	52
Cuadro 4.28. Interés en actividades rurales.....	53
Cuadro 4.29. Predisposición al turismo rural.....	54
Cuadro 4.30. Duración del viaje.....	55
Cuadro 4.31. Forma de viaje.....	56
Cuadro 4.32. Tipo de alojamiento .....	56
Cuadro 4.33. Presupuesto .....	57
Cuadro 4.34. Público objetivo .....	59
Cuadro 4.35. Atributos del alojamiento .....	60
Cuadro 4.36. Atributos de la restauración.....	60
Cuadro 4.37. Atributos del transporte .....	61
Cuadro 4.38. Atributos del servicio de guías.....	61
Cuadro 4.39. Atributos de los recursos .....	62
Cuadro 4.40. Requerimientos, el paquete incluye/no incluye primer itinerario .....	65
Cuadro 4.41. Requerimientos, el paquete incluye/no incluye segundo itinerario .....	67
Cuadro 4.42. Requerimientos, el paquete incluye/no incluye tercer itinerario .....	69
Cuadro 4.43. Principales impactos ambientales negativos .....	71
Cuadro 4.44. Programa de plan de prevención y mitigación .....	72
Cuadro 4.45. Programa de plan de manejo de desechos .....	73
Cuadro 4.46. Programa de relaciones comunitarias .....	74
Cuadro 4.47. Programa de seguridad y salud ocupacional .....	75
Cuadro 4.48. Programa de contingencias y emergencias ambientales .....	76
Cuadro 4.49. Programa de capacitación ambiental.....	77
Cuadro 4.50. Programa de reforestación .....	78
Cuadro 4.51. Programa de monitoreo ambiental.....	79
Cuadro 4.52. Programa de seguimiento ambiental .....	80
Cuadro 4.53. Punto de equilibrio del itinerario 1.....	81
Cuadro 4.54. Punto de equilibrio del itinerario 2.....	82
Cuadro 4.55. Punto de equilibrio del itinerario 3.....	82
Cuadro 4.56. Estrategias de comunicación y distribución .....	85

## CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 2.1 Hilo conductor.....	6
Figura 3.2 Diseño metodológico .....	17

## CONTENIDO DE GRÁFICOS

Gráfico4.1. Genero .....	48
Gráfico 4.2. Edad.....	48
Gráfico 4.3. País de procedencia.....	49
Gráfico 4.4. Estado civil .....	50
Gráfico 4.5. Profesión .....	51
Gráfico 4.6. El turista ha realizado o no turismo rural.....	52
Gráfico 4.7. Medios de información.....	53
Gráfico 4.8. Interés en actividades rurales .....	54
Gráfico 4.9. Predisposición al turismo rural.....	54
Gráfico 4.10. Duración del viaje .....	55
Gráfico 4.11. Forma de viaje.....	56
Gráfico 4.12. Tipo de alojamiento .....	57
Gráfico 4.13. Presupuesto .....	58
Gráfico 4.14. Punto de equilibrio del itinerario 1 .....	81
Gráfico 4.15. Punto de equilibrio del itinerario 2.....	82
Gráfico 4.16 Punto de equilibrio del itinerario 3.....	83

## RESUMEN

Con el objetivo de potenciar el desarrollo turístico y socio-económico de las comunidades del cantón Santa Ana se diseñó un producto turístico sostenible en la parroquia Honorato Vásquez para lo cual se debió en primer lugar un levantamiento de información sobre la infraestructura turística de la parroquia, además de esto se realizó un inventario de los recursos turísticos de Honorato Vásquez posteriormente se utilizó una matriz para determinar el potencial turístico de cada uno de estos recursos. Con la información previamente recopilada se procedió al estudio de mercado, en primer lugar se determinó la oferta turística de la parroquia, para este punto se contabilizaron las plazas disponibles para el turismo tanto en alojamiento como restauración. Se determinaron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del turismo en la parroquia median las matrices EFI y EFE, se definió la competencia de la parroquia a través de la matriz del perfil competitivo. Se realizó el estudio de la demanda potencial para determinar el mercado objetivo. Se estableció la potencialidad del producto determinando los atributos del alojamiento, restauración, transporte, servicio de guianza y los recursos. Se diseñó el producto turístico estructurando 3 itinerarios abarcando los diversos recursos de la parroquia y se determinó el precio de venta de cada itinerario. Se comprobó la viabilidad económica del producto desarrollando el punto de equilibrio, revelando que en los 3 itinerarios se tendrá rentabilidad vendiendo a partir de 10 paquetes, esto confirma que la investigación aportará al desarrollo del turismo en las comunidades del cantón Santa Ana.

Palabras clave: Producto turístico sostenible, desarrollo socioeconómico desarrollo sostenible, producto turístico.

## ABSTRACT

With the aim of promoting tourism and development socio- economic of communities of Canton Santa Ana development sustainable tourism product in the parish for which Honorato Vásquez was due primarily gather information on the tourism infrastructure of the parish, besides this an inventory of tourism resources in a matrix Honorato Vasquez used to determine the tourism potential of each of these resources was conducted. With the information gathered previously proceeded to market research, first tourism in the parish was determined for this point the available places for tourism in both accommodation and catering were counted. Strengths, weaknesses, opportunities and threats of tourism in the parish mediate EFI and EFE matrices were determined, the jurisdiction of the parish through competitive profile matrix was defined. The study of the potential demand was conducted to determine the target market. Determining the potential of the product attributes accommodation, catering, transport, service and resource guidance was established. The tourism product structuring three itineraries covering the various resources of the parish and the sale price was determined for each itinerary is designed. The economic viability of developing the product balance point was found, revealing that in the 3 itineraries profitability will sell from 10 packs, and this confirms that the research will contribute to the development of tourism in the communities of Canton Santa Ana.

Keywords: sustainable tourism product, socioeconomic sustainable development, tourism product.

# **CAPÍTULO I. ANTECEDENTES**

## **1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

El turismo es una de las actividades más importantes de la economía mundial, además de ser un sector de gran dinamismo y capacidad de desarrollo, en él se manifiestan los cambios de tendencias y crecientes requerimientos de las personas que lo practican.

En este sentido en los últimos años, los turistas están a la búsqueda de experiencias únicas, acorde a sus nuevas necesidades y preferencias; Machado (2011) menciona que “en la actualidad el turista es considerado como consumidor autónomo, segmentado, diferenciado, con alta experiencia de viaje y en busca de nuevos beneficios”, demandando una reingeniería en el desarrollo de dicha actividad, permitiendo la entrada al denominado como turismo alternativo, el cual incluye actividades entre las que pueden señalarse el disfrute de costumbres con las comunidades receptoras, el interrelacionarse con la naturaleza, realizar actividades que le impliquen reto físico, búsqueda de emociones significativas, el mantenerse en forma, el cuidado de la salud, realizar actividades al aire libre ya sea en tierra, agua o aire, entre otras.

Es necesario que la creación de nuevos productos turísticos esté enmarcada en la innovación, puesto que al implantar dicho producto a un mercado turístico tan exigente como el actual será imprescindible diferenciarse de manera positiva de la competencia; el turismo alternativo da la oportunidad de erigir ofertas diferenciadas, por la diversidad de actividades y servicios que se pueden incluir a sus productos.

Según el PLANDETUR 2020 (MINTUR 2007) “el Ecuador muestra un desempeño variable en las llegadas de turistas internacionales. Sin embargo, muestra una mejora positiva en los niveles de ingresos por turismo internacional, año a año”. Ecuador posee cualidades únicas en su geografía que lo convierten en un país de inmenso potencial para el desarrollo del

turismo alternativo, incluso el PLANDETUR 2020 destaca la importancia del desarrollo de productos turísticos que no solo sean innovadores sino que también sean amigables con el medio ambiente.

Según análisis al informe PLANDETUR 2020 en su página 47 se observan 2 aspectos muy importantes: el estado de conservación de los atractivos y sobre los servicios básicos de los sitios naturales. Del 100% de los atractivos existentes en el país el 63% tiene un estado de conservación, mientras que el 37% es el de atractivos que necesitan ser recuperados, este porcentaje es relativamente alto. A sí mismo, del total de atractivos del Ecuador tan solo el 26% de los sitios naturales tiene agua potable o tratada. El restante 74% no existe agua o existe agua no apta para consumo de humano.

En el Ecuador existen productos turísticos que a más de ser innovadores se desarrollan en un marco de conservación; un claro ejemplo es el ecolodge KAPAWI, el mismo que se encuentra ubicado en la provincia de Pastaza, este fue creado con la idea de ser una referencia en productos de turismo ecológico y generar una fuente de desarrollo sin degradar el ecosistema. Otro ejemplo es el denominado Tren crucero, este nace de la idea de rescatar parte de la historia del Ecuador y dar a conocer a través del recorrido los paisajes inconmensurables que posee el país.

El Consejo Provincial de Manabí (2008), en el Plan Estratégico Provincial de Turismo sostenible de Manabí 2008 – 2012; identificó falencias encontradas en el desarrollo de dicha actividad, señalando que la provincia de Manabí se viene dando a conocer por su turismo de sol y playa en la franja costera, dejando a la zona interna de la provincia en un plano turístico menos desarrollado, ya que resulta muy limitado el desarrollo de nuevas alternativas que marquen la diferencia dentro del mercado; otra falencia señalada es la inversión nacional baja en comparación con otros destinos, e incluso, la inversión pública para el sector turístico es relativamente baja; y en relación a los productos, existe un desarrollo no planificado de productos turísticos, y una carencia de innovación en el diseño de estos productos turísticos.

Esta carencia de implementación de productos turísticos innovadores conlleva el no aprovechar todo el potencial de los recursos tanto naturales como culturales, lo que influye en el lento desarrollo económico de las comunidades donde se encuentran estos recursos y un deterioro de dicho entorno.

El interior de la provincia cuenta con recursos de cualidades idóneas para el desarrollo del turismo, un ejemplo de esto es el embalse Poza Honda; este es un recurso cultural perteneciente a la parroquia Honorato Vásquez del cantón Santa Ana, en el cual se pueden realizar un sinnúmero de actividades turísticas ya que las características de su naturaleza lo permiten. En la Agenda Zonal 4 se menciona al embalse Poza Honda entre las Fortalezas de la provincia, sin embargo hasta la actualidad no se ha desarrollado productos turísticos relevantes dentro del sitio, al igual que dentro de otros recursos que son relevantes para el turismo del cantón como sus balnearios, su tradición oral y sus costumbres ancestrales.

Por todo lo anterior se define como problema científico:

¿Cómo desarrollar el potencial turístico de la parroquia Honorato Vásquez, que permita el aprovechamiento de sus recursos naturales, culturales y favorezca al crecimiento económico de las comunidades de su entorno?

## **1.2. JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación se justifica legalmente en los objetivos del PLANDETUR 2020, en el cual mencionan que “se deben coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible”, además de crear condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía todo esto como punto importante para mejorar la calidad de vida de los pobladores de Santa Ana. Así mismo en el objetivo estratégico 4 de dicho plan, se señala lo siguiente: “generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes

nacionales e internacionales”.

La investigación se justifica desde el punto de vista socio – económico, respaldada en el objetivo 10.3 del Plan Nacional para el Buen Vivir que es: Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios, en los literales g y h, el primero que menciona acerca del impulso al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera y el siguiente literal desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente. SENPLADES (2013)

De igual manera se busca contribuir a la generación de empleos a los habitantes del cantón, ya que en las zonas aledañas al embalse se encuentran asentadas varias comunidades quienes serán actores directos e indirectos del turismo, y de esta forma mejorar la calidad de vida.

En el ámbito medio-ambiental, se pretende generará conciencia ambientalista, en la población de la parroquia Honorato Vásquez, además que el proyecto está enfocado en la utilización de procesos ambientales con características sostenibles, para generar el menor impacto negativo al ambiente y mayor impacto positivo en cuanto a la preservación del ecosistema, todo esto para cumplir con lo estipulado en la constitución política del Ecuador (Asamblea Constituyente 2008), en el título II, capítulo noveno, de las responsabilidades, art. 83 numeral 6, que indica: “Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible”.

### **1.3. OBJETIVOS**

#### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un producto turístico sostenible en la parroquia Honorato Vásquez para potenciar el desarrollo turístico y socio-económico de las comunidades del cantón Santa Ana.

### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Recopilar información bibliográfica para conforma el marco teórico referencial de la investigación con relación al diseño de productos turísticos y sus componentes.
- Estructurar un proceso metodológico para el diseño de productos de turismo sostenible.
- Elaborar un producto turístico sostenible, para el desarrollo turístico y socio-económico de las comunidades del cantón Santa Ana.

### **1.4. IDEA A DEFENDER**

La propuesta de creación de un producto turístico mejorará la oferta de servicios turísticos, lo que conllevara a optimizar las condiciones socioeconómicas y ambientales de la comunidad y contribuirá a potenciar turismo la parroquia Honorato Vásquez del cantón Santa Ana.

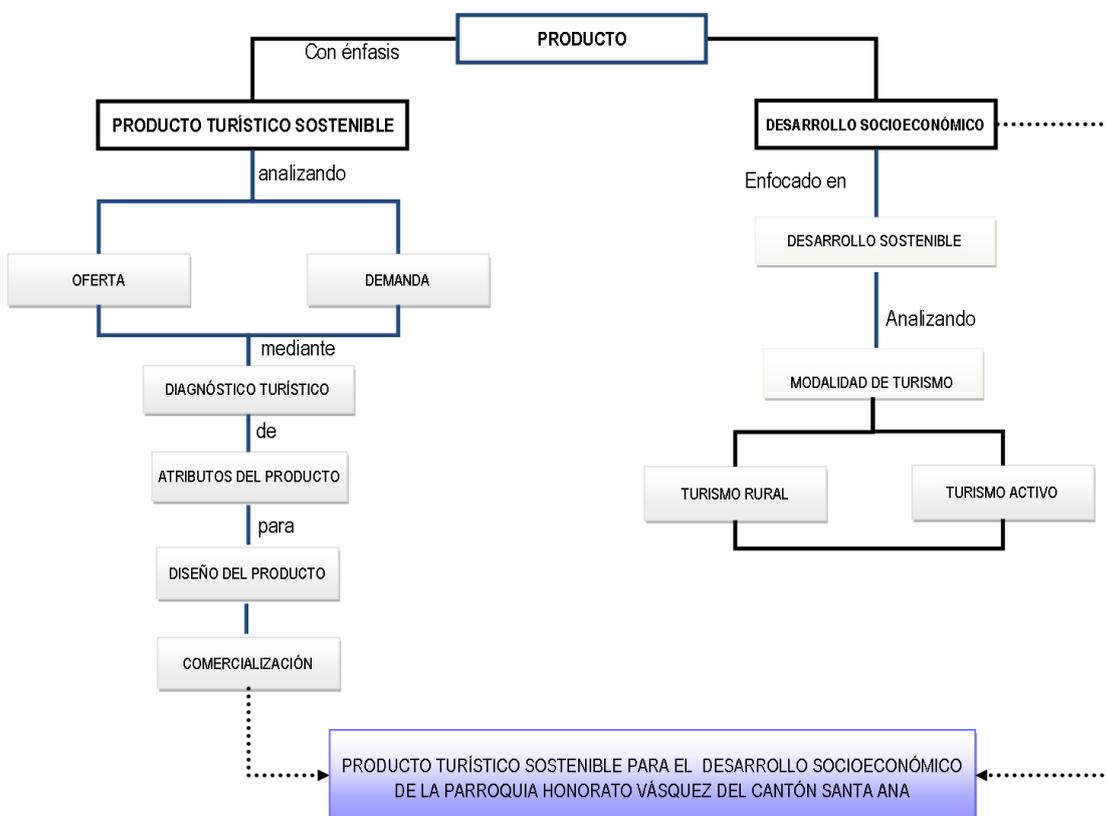
## CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. INTRODUCCIÓN

La actividad turística posee gran importancia para la economía a nivel mundial, esto impulsa un análisis teórico de los elementos que lo componen, reuniendo criterio de diversos autores que han realizado investigaciones con énfasis en la creación de productos turísticos, conceptualizando la problemática, de manera que el aporte de investigaciones anteriores puedan trasladarse al objeto de estudio de la presente investigación y así llegar a la consecución del presente trabajo.

Para el desarrollo del mismo se siguió un hilo conductor, lo cual posibilita analizar la relación e interdependencia de los temas abordados, expuesto a continuación: **(Figura 2.1)**

Figura 2.1 Hilo conductor



Fuente: elaboración de los autores

## **2.2. PRODUCTO TURÍSTICO**

Antes de estudiar el concepto de producto turístico se debe puntualizar la definición de producto describiéndolo como el conjunto de elementos tanto materiales como inmateriales que pueden ser ofertadas dentro del fundamento en lo expuesto por Kotler (1997) quien define al producto como cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado, por lo tanto, al adquirirse va a satisfacer una necesidad.

Luego se puede introducir el término producto a la actividad turística, es así, como Fernández y Rivera (2005) definen de manera concreta al producto y simplemente integran al “turista” como el consumidor final, por lo tanto, se puede determinar que el producto forma parte de la oferta en el mercado turístico, el cual posee una estructura compleja, ya que debe constar de organización, y gestión, fundamentado en el criterio de Funcia; *et al* (2009) que define al producto como la oferta de bienes y servicios, y menciona la integración de diversos elementos como atractivos, actividades, servicios y equipamiento.

En la actualidad el producto turístico debe ser estructurado pensando en la diversidad de gustos que posee el turista, se debe tomar en cuenta a la tecnología, y facilidades que la demanda exige, recalcando el criterio de Salinas y Medina (2009), la OMT (2006) define como producto a determinados servicios: recurso turístico que mediante un adecuado programa de inversiones y actuaciones sobre el mismo convirtiéndolo posteriormente atractivo para el consumidor, por lo tanto el producto, a más de ser creado debe ser gestionado, ofertado, es decir, debe realizarse un seguimiento.

## **2.3. PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE**

Para conocer las bases teóricas de lo que es un producto turístico sostenible es esencial revisar dos términos enmarcados en su definición: producto turístico y turismo sostenible.

(Rodríguez 2006) afirma que el producto, es la oferta dentro del mercado turístico, fundamentado en los criterios de (Barbosa 2007). Además el producto turístico está compuesto por atractivos, servicios de la planta turística y la accesibilidad, que permiten en conjunto satisfacer las necesidades de la demanda.

El termino turismo sostenible se ha hecho eco con mayor intensidad en los últimos años, debido a la conciencia que ha venido tomando en turista, a quien se lo ha definido como “turista consiente” fundamentado por (Martínez *et al* 2011), además se hace una comparación entre el turismo en masas y el turismo sustentable, debido a la diferencia en el uso o aprovechamiento de los componentes de la oferta, el turismo en masas se esmera por el desarrollo económico, mientras que el turismo sostenible por un aprovechamiento llevadero tanto del recurso como de la planta turística.

A partir de estas dos definiciones se puede definir al producto turístico como la oferta de un conjunto de elementos, como recurso, infraestructura, servicio y actividad. Al momento de diseñar y ofertar dicho producto se deben tomar en cuenta factores ambientales que den permanencia en el tiempo al entorno desarrollado.

### **2.3.1. OFERTA TURÍSTICA**

Según el MINTUR (2006) la oferta turística “son todos los atractivos, instalaciones y servicios de diversa índole”, por lo tanto, se integra en esta definición a los sectores público y privado cuya amalgama hace posible la existencia de la oferta turística, siendo esta la base del turismo en cualquier destino, fundamentado por Valadez y Conde (2011). Carbacos citado por (Valadez y Conde 2011) ya plantean el factor dinero dentro de la oferta, y afirman que el precio de la oferta debe ser relativo al valor agregado que posee la misma. Por lo tanto se puede determinar que el producto está dentro de la oferta en cualquier destino o punto en donde se desarrolla la actividad turística.

### **2.3.2. DEMANDA**

La demanda turística, se la puede definir de manera semejante a cualquier otro tipo de demanda, por lo tanto se diferencia en la exigencias que ha venido demostrando en la actualidad, esto debido a que la actividad misma está abierta posibles cambios dentro de sus componentes, a más de esto, las características del turista puede variar de acuerdo a un sinnúmero de factores, esto fundamentado por el criterio de Roget y Domínguez (2000), por lo tanto el ofertante debe realizar un planificación previa, que permita adaptar su producto a las variantes exigencias de la demanda.

A más de esto Rygol y Pérez (2011) conceptualizan a la demanda turística como “el conjunto de turistas actuales y potenciales que desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes y (o) servicios turísticos en función del precio y su renta”, a más de esto el MINTUR (2006) abarca un análisis profundo y considera que la demanda de un destino se conforma del visitante nacional como internacional, por ello se deben considerar los medios globales como el internet para realizar la promoción de un producto, esto permitirá que mayor diversidad de turistas se interesen en adquirir dicha oferta y considerar los cambios que se realizan en destinos internacionales y la tendencias que la demanda exige..

### **2.3.3. DIAGNOSTICO TURÍSTICO**

Para Lloret; *et al* (2007) El diagnóstico turístico “es el proceso a través del cual se conoce cuál es la situación de los principales destinos en las localidades, para optimizar sus potencialidades turísticas”, es por tanto se define como el punto de partida para el desarrollo de la actividad turística de un destino, ya que permite conocer el área de estudio, definir las características de la oferta que posee, fundamentado por los criterio de Vargas; *et al* (2010) y Chiavenato, citado por Velásquez (2009) quienes destacan la importancia del diagnóstico al afirmar que este da paso a un desarrollo adecuado del turismo, puesto que permite una ordenada planificación.

#### **2.3.4. ATRIBUTOS DEL PRODUCTO**

El atributo es aquella característica capaz de diferenciar lo que se quiere describir o estructurar, a partir de la determinación de atributos se puede otorgar un valor agregado o marcar una diferencia a la oferta, esto se fundamenta en los criterios de Fluvía *et al* (2011), por lo tanto, dentro de la actividad turística, al estructurar una nueva oferta, se deben considerar los componentes que integran un producto, como el alojamiento, restauración, transporte, guianza y los recursos del destino turístico.

A sí mismo, Conde y Amaya (2007) aportan afirmando que “en un primer momento se analiza el conjunto de atributos puntualizando en los servicios base y los complementarios de la planta turística”, es decir, que al definir estos atributos se tomará en consideración el las características intrínsecas del destino de estudio.

#### **2.3.5. DISEÑO DEL PRODUCTO**

El diseño del producto turístico es un proceso complejo que consistete en la estructuración de una serie de servicios integrándolos para crear una oferta atractiva para el turista y que tenga características que permitan satisfacer las necesidades del mismo, fundamentado por el criterio de Bravo *et al* (2009), por lo tanto, este proceso debe contar con una planificación que garantice que el producto tendrá acogida en el mercado.

Rodríguez y Perelló (2010) indican que el diseño consta de la definición de características del producto, es decir, que este punto permite plasmar su atributo o valor agregado, esto se fundamenta en el criterio de Suárez (2012) quien declara que el producto turístico debe constar del elemento central o valor agregado, el cual cree y supere las expectativas del turista.

### **2.3.6. COMERCIALIZACIÓN**

La comercialización es un proceso a través del cual se logra que tanto la oferta como la demanda se encuentren, dando lugar a la compra venta, esto se fundamenta el criterio de Guerrero y Pérez (2006?), además permite poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman basado en el criterio de Mercado y Palmerin (s.f) quienes definen la comercialización como el acto a través del que el productor hace conocer su producto al consumidor final, en este caso, al turista.

## **2.4. DESARROLLO SOCIOECONÓMICO**

El desarrollo socioeconómico es la facultad que posee determinado punto para generar un patrimonio, la utopía es que esta se desarrolle de manera equitativa para la totalidad de la población, esto se fundamenta a partir del criterio de Amartya Kunar, 1999 citado por Chérrez (2012) por lo tanto, el desarrollo socioeconómico no solo se basa en el ámbito monetario sino que también en el aspecto social, que se genere una conciencia de que todos merecemos vivir con los mismos privilegios, sin excepción alguna, tal como lo indican Calvo y González (2011) que la situación socioeconómica actual requiere de la necesidad de impulsar nuevas formas de interacción social, formas renovadas de cooperación y nuevas fronteras entre lo público y lo privado.

### **2.4.1. DESARROLLO SOSTENIBLE**

Según la ONU (1987) en el Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo denominado “Nuestro Futuro Común” establece que “la sostenibilidad es encontrar la forma de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”.

Por lo tanto se puede definir al desarrollo sostenible como un proceso complejo

de planificación a través del cual permite aprovechar turísticamente determinado recurso o destino sin alterar sus características intrínsecas para que luego puedan ser aprovechados de la misma manera durante generaciones, este tipo de desarrollo exige planificación, gestión y comprensión de los actores que integran el turismo de dicho territorio, esto se fundamenta basado en la publicación de la OMT (2006).

El desarrollo sostenible no solo se refiere a la conservación del ambiente, sino que también al entorno cultural y social, ya que hacen parte de la naturaleza de un territorio, es por ello que al generarse la actividad turística esta debe ser previamente planificada, para así tener en consideración a cerca de las medidas de conservación, esto se basa en el criterio de Conservación internacional Ecuador (s.f) y Biocomercio Andino (s.f).

## **2.5. MODALIDADES DEL TURISMO**

### **2.5.1. TURISMO RURAL**

El turismo rural es aquel que se realiza en áreas rurales, desarrollando actividades en contacto con el medio natural procurando su conservación, esto se sustenta en el criterio de Barrera (2006) y Henríquez, *et al* (2010), esta modalidad de turismo con solo permite la interacción con el medio natural, sino que también con la población, debido a que las actividades a realizar permiten desarrollar un vínculo directo con las comunidades receptoras.

A si mismo la SECTUR 2002 determina que la modalidad de turismo rural es un lado más humano dentro del turismo en general, ya que permite al turista integrarse a las actividades que realizan las comunidades de manera cotidiana, esto conlleva a la sensibilización del visitante, basado en el criterio de García (2005), se establece que el turismo rural ofrece una particularidad en su infraestructura, a diferencia de las zonas urbanas. Por lo tanto el turismo rural se define como aquel en el cual el motivo principal del viaje es conocer las actividades del mundo rural, esto se fundamenta en los criterios de

Campanhola y Graziano da Silva (2002?) citados por Leonardi (2005).

El turismo en áreas rurales también es conocido como turismo alternativo, ya que como bien lo dice la palabra nace como una alternativa al turismo de masas, además por la necesidad del turista de descubrir nuevas actividades y destinos, esto según lo expresado por Pérez (2010) quien establece que “el turismo rural se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de productos turísticos alternativos”. Convirtiéndose así en una de las modalidades de turismo más incluyente.

### **2.5.2. TURISMO ACTIVO**

El turismo activo puede ser definido como aquel que represente un riesgo físico o mental para el turista, en espacio donde se tenga contacto respetuoso con el medio natural, esto se fundamenta a partir del criterio de Jiménez y Gómez (2008). Un criterio similar es el de Vila *et al* (2012) que determinan que “el turismo activo implica la realización de actividades deportivas de diferente intensidad física y que usen expresamente los recursos naturales sin degradarlos. Por lo tanto el turismo activo está estrechamente ligado al entorno natural, esto también lo afirman Machado y Hernández (2008).

## 2.6. CONCLUSIONES DEL MARCO TEÓRICO

- Al analizar las diferentes concepciones sobre producto turístico es obvia una moderna inclinación hacia la creación de nuevos productos orientados a satisfacer los gustos de una demanda que cómo se menciona en varias definiciones ha evolucionado y se ha vuelto muy exigente e individualista.
- La actividad turística se despliega en un abanico de alternativas abarcando la diversidad de necesidades de la demanda. En la actualidad muchos autores definen diferentes tipos o modalidades de turismo, y muchas veces estas suelen ser similares entre sí; en ocasiones el denominado turismo rural y el turismo alternativo se los define como términos diferentes aunque en la práctica conllevan a las mismas actividades y se dirigen hacia el mismo público objetivo.
- los autores de esta investigación consideran que la modalidad de turismo rural no se despliega del turismo alternativo sino que se trata de una misma tipología de turismo. Por otro lado, criterios de autores en la actualidad destacan un tipo de turismo “activo” que no es nada más que las actividades a través de las cuales los turistas asumen retos físicos y permite una relación más estrecha entre el medio natural y el turista.
- El desarrollo sostenible se consigue cuando la sociedad toma conciencia de que es factible lograr un progreso socioeconómico beneficiándose de los recursos con los que cuenta sin deteriorarlos para que puedan ser aprovechados por las generaciones futuras.

## **CAPITULO III. DISEÑO METODOLÓGICO**

En el presente capítulo se muestran de manera organizada los diferentes procedimientos establecidos para el cumplimiento del objetivo principal, así como los pasos, herramientas, técnicas que fueron útiles para la investigación. Para la realización del diseño metodológico se plantean como modelo el criterio de 5 autores: Rodríguez, 2006; Machado, 2006; ALFACRUX, s.f; Funcia, C. *et al*, 2009 y Villalva, 2011.

### **Desarrollo de productos turísticos. (Rodríguez, 2006)**

Basa su propuesta metodológica en la necesidad del mercado tomándolo como la fase inicial, para luego plantar los resultados en el área de estudio. Ya que considera la complejidad que se genera cuando no solo se trata de ampliar la cartera de productos, sino invertir para lograr un desarrollo; y concluye que “el perfeccionamiento del análisis mercadológico provee una garantía en el futuro éxito de los productos turísticos que se lanzan al mercado”.

### **Diseño de Productos Turísticos Integrados. Aplicación a la Región Central del Destino Cuba. (Machado, 2006)**

Enfoca su metodología en la organización, la distribución de funciones y la integración de recursos; destaca la importancia de un plan de control del producto. La autora describe esta metodología como “un procedimiento con carácter estructural, participativo, flexible y dinámico para el diseño de productos turísticos integrados”

### **Diseño de Productos Turísticos Ecuador (ALFACRUX, s.f)**

Propone en su primera fase el de desarrollo de hipótesis de productos, para luego realizar los estudios de factibilidad, a través de los cuales se analicen las estrategias de comercialización. Esta metodología se basa en la paleta de opciones que se crea a partir de un mismo objeto de estudio, para luego ya clasificar de acuerdo a las necesidades del mercado y los productos turísticos más factibles a desarrollar.

### Metodología para la mejora o diseño de productos turísticos y su comercialización. (Funcia, et al 2009)

Inicia el proceso metodológico con un estudio de las posibles actividades a realizar, complementándolas con los servicios y facilidades; y destaca la importancia de la evaluación a cada fase; haciendo una retroalimentación de cada una de ellas. Esta metodología está estructurada de una manera sistemática.

### Diseño de productos turísticos sostenibles para el cantón Cumandá de la provincia de Chimborazo (Villalva, 2011)

Plantea una metodología encaminada al turismo sostenible; puesto que propone actividades que ayudan a conocer el grado de impacto que causara el desarrollo de un producto turístico. Por otra parte, esta metodología hace un aporte interesante al tomar en cuenta al denominado “punto de equilibrio” ya que indica en que punto de comercialización el producto turístico será viable.

A continuación se realiza a través de una tabla una comparación entre las fases utilizadas por cada autor, para poder plantear una metodología que abarque las fases más esenciales para la presente investigación:

Cuadro 3.1. Comparación de metodologías

	FASE							TOTAL
	AUTOR	A	B	C	D	E	F	
A. Generación de ideas	Villalva, 2011	X		X	X			3
B. Desarrollo del producto	Funcia, C. et al, 2009	X	X		X	X	X	5
C. Estudio técnico	Machado, 2006	X	X	X	X	X	X	6
D. Previsión de gastos e ingresos	Rodríguez, 2006	X	X	X	X	X	X	6
E. Comunicación y distribución	ALFACRUX, s.f;	X	X		X			3
F. Evaluación del producto	<b>TOTAL</b>	5	4	3	5	3	3	
	<b>%</b>	100	80	60	100	60	60	

**Fuente:** Elaboración de los autores

A partir de la tabla anterior los autores proponen a continuación una metodología propia que se compone de 4 fases con sus respectivos pasos, herramientas y métodos: **(Figura 2.6)**

**Figura 3.2** Diseño metodológico

FASE	PASO Y/O ACTIVIDAD	MÉTODOS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS
<b>FASE 1. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR</li> <li>• INVENTARIO DE RECURSOS</li> <li>• ESTUDIO DE MERCADO               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta</li> <li>• Demanda potencial</li> <li>• Factores internos y externos</li> <li>• Competencia</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Método analítico sintético</li> <li>• Trabajo de campo</li> <li>• Fichas de inventario</li> <li>• Matriz de potencialidades</li> <li>• Encuestas</li> <li>• Matriz EFE</li> <li>• Matriz EFI</li> <li>• Trabajo bibliográfico</li> <li>• Matriz de capacidad de gestión</li> <li>• Matriz del perfil competitivo</li> </ul>
<b>FASE 2. DEFINICIÓN DE ATRIBUTOS DEL PRODUCTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DETERMINACIÓN DE TRANSPORTE</li> <li>• DETERMINACIÓN DE ALOJAMIENTO</li> <li>• DETERMINACIÓN DE LA ALIMENTACIÓN</li> <li>• DETERMINACIÓN DEL SERVICIO DE GUÍAS Y VISITAS</li> <li>• DETERMINACIÓN DE LAS ACTIVIDADES RECREATIVAS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Método analítico sintético</li> <li>• Trabajo de campo</li> <li>• Trabajo bibliográfico</li> </ul>
<b>FASE 3. DISEÑO DEL PRODUCTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ESTRUCTURACIÓN DEL PRODUCTO               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición del producto</li> <li>• Itinerarios</li> <li>• Costeos</li> </ul> </li> <li>• ESTUDIO DE FACTIBILIDAD               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ambiental</li> <li>• Económico</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Método analítico sintético</li> <li>• Método sistémico</li> <li>• Hoja de costo</li> <li>• Matriz Leopold</li> <li>• Plan de manejo ambiental</li> <li>• Punto de equilibrio</li> </ul>
<b>FASE 4. COMERCIALIZACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Método analítico sintético</li> <li>• Matriz de estrategias</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración de los autores

### **3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCEDER METODOLÓGICO**

#### **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

Para realizar con esta primera de fase se utilizaron el método de investigación analítico sintético, la investigación de campo, revisión bibliográfica, además del el uso de herramientas como; GPS y encuestas, con el objetivo de recopilar datos sobre las generalidades de turismo en la parroquia Honorato Vázquez.

#### **CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR**

Para la caracterización del área de estudio se utilizó, la técnica de investigación de campo y bibliográfica en conjunto con la técnica de observación.

#### **INVENTARIO DE RECURSOS**

Para el desarrollo del inventario de los recursos de la parroquia se realizó una investigación de campo, y las técnicas de observación y descripción, además se usó como herramienta las fichas de inventario y la matriz de potencialidades.

#### **ESTUDIO DE MERCADO**

En el estudio de mercado se analizaron tanto la oferta, la demanda potencial como la competencia de la parroquia Honorato Vázquez, para lo cual se utilizaron fórmulas para determinar la demanda potencial y la demanda objetiva. También para este estudio se utilizaron la matriz EFE y EFI para analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del sector turístico de la parroquia. Para la identificación de la competencia se utilizó la matriz de perfil competitivo. Se utilizó también la matriz de capacidad de gestión. Se realizaron encuestas para conocer las preferencias del turista, para esto se debió realizar una fórmula que diera a conocer la población a encuestar.

## **DEFINICIÓN DE ATRIBUTOS DEL PRODUCTO**

Para la determinación de los atributos tanto del alojamiento, restauración, transporte, guianza y recursos, se trabajó con el método analítico sintético, utilizaron el trabajo de campo y bibliográfico, las técnicas de observación y descripción ya que se debió detallar en general las características de las facilidades turísticas que brinda la parroquia.

## **DISEÑO DEL PRODUCTO**

Para cumplir con esta fase se utilizó el método analítico sintético, y el método sistémico, además se usó la técnica descriptiva; para el diseño del producto se utilizaron las herramientas de costeo, fichas ambientales y la fórmula para determinar el punto de equilibrio

## **ESTRUCTURACIÓN DEL PRODUCTO**

En este punto se estructuraron 3 itinerarios con actividades diversas, plasmando cada recorrido en un mapa. Luego se procedió a utilizar el costeo para determinar el precio de venta de cada recorrido

## **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

Se realizaron en este punto el estudio de factibilidad tanto ambiental como económica, para lo cual se utilizó como herramientas la matriz de Leopold, donde se determinaron los impactos negativos que causan las actividades del producto al entorno luego se debió desarrollar el plan de manejo ambiental para detallar medidas para manejar dichos impactos. Para el estudio de factibilidad económica se utilizó la fórmula del punto de equilibrio.

## **COMERCIALIZACIÓN**

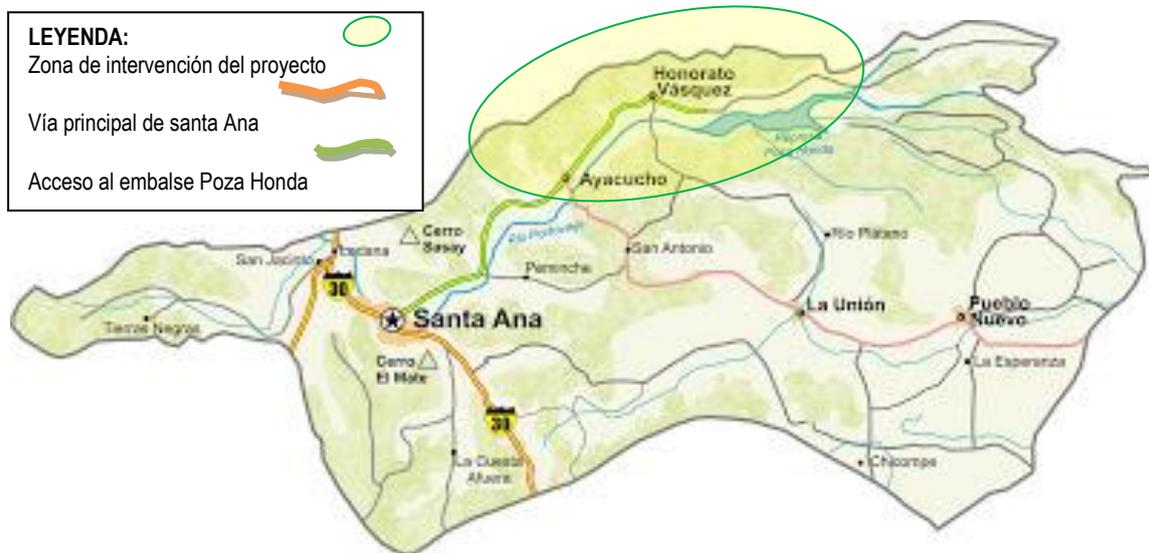
Para cumplir con esta fase se utilizó el método analítico sintético, permitiendo determinar los métodos de comercialización y distribución del producto, para lo cual se utilizó un cuadro donde se determinaron estrategias a seguir para conseguir introducir al mercado al nuevo producto.

## CAPITULO IV. RESULTADOS

### 4.1. FASE I: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

#### 4.1.1. CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR

Imagen 4.1. Mapa del cantón Santa Ana



Fuente: Departamento de turismo del GAD de Santa Ana

#### a) UBICACIÓN GEOGRÁFICA

El cantón Santa Ana, se encuentra ubicado en el centro sur de la provincia de Manabí, limita al Norte con el cantón Portoviejo; al Sur con los cantones Olmedo y 24 de Mayo; al Este con el cantón Pichincha y al Oeste con los cantones 24 de Mayo, Jipijapa y Portoviejo. El cantón Santa Ana tiene una extensión de 1036,96 km<sup>2</sup>

**b) DIVISIÓN POLÍTICA**

El cantón Santa Ana se divide en seis parroquias; dos parroquias urbanas que son: Santa Ana de Vuelta Larga y Lodana y cuatro parroquias rurales: Ayacucho, Honorato Vásquez, La Unión y San Pablo de Pueblo Nuevo.

**c) CLIMA**

El clima de Santa Ana es tropical seco con estaciones de invierno y verano bien diferenciadas; la temperatura promedio anual es de 26°C. La temperatura máxima absoluta ha llegado a 37°C y la mínima a 14°C.

**4.1.2. INVENTARIO DE RECURSOS**

A través de un estudio de campo se pudieron determinar los recursos turísticos con los que cuenta la parroquia Honorato Vásquez, en primer lugar se presenta un cuadro con los recursos turísticos inventariados por el MINTUR: **(Cuadro 4.1)**

Cuadro 4.1. Inventario de recursos turísticos de Santa Ana

FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS													
PROVINCIA:			FECHA:										
NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD		ENTORNO Max 10	ESTADO DE CONSERV. Max 10	ACCESO Max 10	SERVIC. Max 10	ASOC. CON OTROS ATRACTIVOS Max 5	SIGNIFICADO				SUMA	JERARQUÍA 1-2-3-4
	VALOR INTRÍNSECO Max 15	VALOR EXTRÍNSECO Max 15						LOCAL Max 2	REGIONAL Max 4	NAC. Max 7	INTER. Max 12		
Biocorredor turístico del río grande de Santa Ana	9	9	6	7	6	6	4	2	0	0	0	49	II
Trapiche Las Uayjas	10	10	6	7	6	5	3	2	0	0	0	49	II
Puerto de agua dulce San Valentín	9	9	5	7	6	6	3	2	0	0	0	47	II
La Poza Azul	9	9	5	6	5	4	3	2	0	0	0	43	II
Represa Poza Honda	10	9	6	7	6	7	3		2	0	0	50	II
Cascada Salto del Desgraciado	10	10	6	8	5	6	3	2	0	0	0	50	II

Fuente: MINTUR 2008

Según el análisis realizado al inventario elaborado por el MINTUR se pudieron evidenciar un sin número de falencias, esencialmente en la jerarquización que se dio a los recursos turísticos del cantón Santa Ana, ya que, la totalidad de estos recursos fueron ubicados en jerarquía II pese a que ninguno de ellos cuentan con los aspectos tanto intrínsecos como extrínsecos para que sean colocados en esta categorías. Esta errada jerarquización causa que el turista que visita al cantón con una expectativa elevada de lo que va a encontrar al llegar y se encuentre con una realidad totalmente por debajo de sus requerimientos y necesidades, ya que muchos de estos recursos ni siquiera cuentan con los servicios básicos y peor aún, no poseen las facilidades que se requieren para realizar la actividad turística.

En el año 2011 el departamento de turismo del GAD de Santa Ana realizó un levantamiento de información acerca de los sitios de interés turístico del cantón Santa Ana, estos se muestran en el siguiente cuadro: **(Cuadro 4.2)**

Cuadro 4.2. Sitios de interés turístico del cantón Santa Ana

UBICACIÓN	NOMBRES	TIPO
Santa Ana	Parque "Eloy Alfaro"	Imagen urbana
Santa Ana	Parque de la Madre	Imagen urbana
Lodana	Puerto Turístico "Lodana"	Balneario
Monte Oscuro	Rancho "Texas"	Sitio de Recreación
Santa Ana	Quinta Recreacional "Maribel"	Sitio de Recreación
Santa Ana	Mirador "Marianita"	Mirador
Santa Ana	Centro Recreacional Takuba	Sitio de recreación
Santa Ana	Balneario "Las Germanias"	Balneario
Santa Ana	Represa "La Compuerta"	Represa
Las Guaijas	Ruta de los Abuelos	Cultura y molienda
Las Guaijas	Balneario "La Delicia del Puente"	Balneario y Comida Típica
Las Guaijas	Balneario "Las Guaijas"	Balneario
Las Guaijas Arriba	Puerto Turístico "Marita"	Balneario y Comida Típica
Las Guaijas Arriba	Balneario "Las Cabañas,"	Balneario y Comida Típica
La Lucha	Quinta "Arichuna"	Descanso y Comida Típica
La Lucha	Puerto Turístico "Santa Lucia"	Balneario
El Tillal	Centro Turístico "Anahomy"	Balneario
San Bartolo	Balneario "Playa Grande"	Balneario
Agua Fría	Quinta "Río Stero"	Balneario
Agua Fría	Las Cabañas de Pepito	Alojamiento
Ayacucho	Mirador de Ayacucho	Mirador
La Poza	Puerto Turístico "El Badén de la Poza"	Balneario
Río Caña	Balneario "Río Caña"	Balneario y Artesanía
Río Caña	Casa de los Abuelos (Casa Pico)	Tradición Oral y Cultura
Emaus	Balneario "Tranca Vieja"	Balneario
El Tamarindo	Centro Agroturístico "La Finca"	Balneario y Comida Típica

El Tamarindo	Cascada "El Salto del Desgraciado"	Cascada
El Tamarindo	Balneario Las Vegas	Balneario y Comida Típica
Honorato Vásquez	Badén "Honorato Vásquez"	Balneario
Entrada a San Germán	Poza Azul	Salto de Agua
Poza Honda	Río Pata de Pájaro y Río Mineral	Río
El Guarumo	Balneario "San Valentín"	Balneario
Poza Honda	Piscina "Gemita"	Sitio de Recreación
Poza Honda	Presa Poza Honda	Navegación Fluvial
Poza Honda	Isla de los Pájaros	Isla
Taina	Cascada de Taina	Cascada
El Moral	Cueva "Siete Iglesias"	Cueva
La Laguna	Cascada "La Laguna"	Cascada
San Bartolo	Juana y Josefa	Tejedoras y amorfinos
Agua Fría	El Descanso del Balsero	Agroturismo y Recreación
Poza Honda	Cascada Bella Flor	Cascada

**Fuente:** Departamento de turismo del GAD de Santa Ana

Sin embargo, según el desarrollo de esta investigación los autores consideran que no todos estos recursos son desarrollables turísticamente, puesto que el servicio que se ofrece en estos sitios no cumple con las condiciones adecuadas para el desarrollo de la actividad turística. Como parte de ello se pudo determinar que: no existen las señalizaciones e instalaciones adecuadas y al realizar el estudio de campo se comprobó un entorno de bajo atractivo y muchos de estos denominados sitios de interés turístico no son más que parte de la infraestructura de restauración y alojamiento.

Por esta razón los autores de esta investigación al realizar el estudio de campo lograron identificar varios sitios que poseen las cualidades intrínsecas que los hacen turísticamente desarrollables.

A continuación se muestra una tabla con los recursos que los autores de esta investigación consideraron de como turísticamente desarrollables: **(Cuadro 4.3)**

Cuadro 4.3. Recursos determinados a partir de la investigación de campo

NOMBRE	TIPO
Cerro la Silla	Natural
Pata de pájaro	Natural
Mineral	Natural
Fábrica de jugos	Cultural
Embalse Poza Honda	Cultural
El túnel	Cultural
Casa de los abuelos	Cultural
Juana y Josefa	Cultural
Salto de agua El Desgraciado	Natural
Nevis	Natural

Fuente: elaboración de los autores

Según un análisis de la investigación en la parroquia Honorato Vásquez, estos serían los recursos de mayor potencial para el desarrollo de la actividad turística; ya que cuentan con los servicios básicos, con la infraestructura y señalética adecuada, además presentan particularidad y atractivo. Dentro de estas cualidades intrínsecas también se destaca el medio donde se encuentran, ya que se desarrollan en un entorno conservado.

A continuación se presenta un cuadro de resumen de los recursos con potencial turístico en la parroquia Honorato Vásquez. **(Cuadro 4.4 y 4.5)**. La cual se determinó mediante una ficha de inventario de atractivos turísticos. **(Ver anexo 2)**

## Cuadro 4.4. Inventario de recursos

NOMBRE DEL RECURSO: **Cerro la Silla**

Categoría: **Sitios naturales**

Tipo: **Río**

Subtipo: **Riachuelo**

FOTOGRAFÍA:



**DESCRIPCIÓN:**

El cerro La Silla está ubicado en la parroquia Honorato Vásquez. Es considerado un atractivo importante dentro del cantón Santa Ana, ya que posee una forma particular que se asemeja a una silla, de allí nace su nombre. También se destaca por su altitud ya que es una de las elevaciones más altas del cantón Santa Ana, lo que permite tener una vista agradable del embalse Poza Honda y sus alrededores. Su clima es tropical seco con una precipitación pluviométrica aproximada de 1200 mm. Anuales.

Su fauna y flora es muy diversa destacándose la presencia de reptiles como iguanas (*Conolophus subcristatus*) y lagartijas (*Psammodromus hispanicus*)

NOMBRE DEL RECURSO: **Balneario Pata de pájaro**

Categoría: **Sitios naturales**

Tipo: **Río**

Subtipo: **Riachuelo**

FOTOGRAFÍA:



**DESCRIPCIÓN:**

Está ubicado en la parroquia Honorato Vásquez, tiene un clima que varía de los 14°C a 37°C de temperatura y se encuentra a una altura aproximada a los 200 metros sobre el nivel del mar, su caudal tiene un ancho aproximado de 18 metros y sus aguas transparentes convierten a este en un balneario muy concurrido. Este balneario toma su nombre ya que es el punto de unión entre dos ríos, el río Portoviejo y el río mineral tomando la forma de una pata de pájaro.

**NOMBRE DEL RECURSO:** Balneario Mineral

**Categoría:** Sitios naturales

**Tipo:**

**Subtipo:**

**FOTOGRAFÍA:**



**DESCRIPCIÓN:**

El balneario Mineral se encuentra ubicado en la parroquia Honorato Vásquez, 01°06.025' 080°07.284'. El ancho aproximado es de 20 mts. Sus aguas se tornan de color oscuro ya que las personas de la localidad le dan uso para actividades como lavandería, esto en época de verano, para el invierno su caudal llega al metro y medio de profundidad, lo que lo convierte en ideal para la recreación. Su clima varía entre los 14°C y 37°C.

**NOMBRE DEL RECURSO:** Salto de agua El Desgraciado

**Categoría:** Sitios naturales

**Tipo:** Ríos

**Subtipo:** Cascadas, cataratas o saltos

**FOTOGRAFÍA:**



**DESCRIPCIÓN:**

El Salto El Desgraciado se encuentra ubicado en la parroquia Honorato Vásquez, 01°06.864' 080°13.932' El ancho de su caudal es de 3 mts. Sus aguas cristalinas, hacen de este un atractivo muy concurrido por personas del cantón, especialmente en época de invierno. En atractivo brinda las facilidades para que el turista realice actividades como cabalgata y caminatas. La fauna que impera en el lugar es la iguana.

**NOMBRE DEL RECURSO:** Balneario NEVIS

**Categoría:** Sitios naturales

**Tipo:** Ríos

**Subtipo:** Riachuelos

**FOTOGRAFÍA:**



**DESCRIPCIÓN:**

El balneario NEVIS está ubicado en la parroquia Ayacucho 01°11.596' 080°19.916' su caudal tiene una anchura aproximada de 20 metros épocas de invierno alcanza 2 metros de profundidad. Sus aguas son oscura debido a la acumulación de sedimento, en este balneario se realizan festivales en épocas de feriado como carnaval.

**NOMBRE DEL RECURSO:** Fábrica de jugos Poza Honda

**Categoría:** Manifestaciones culturales

**Tipo:** Obras técnicas y científicas

**Subtipo:** Explotaciones industriales

**FOTOGRAFÍA:**



**DESCRIPCIÓN:**

La fábrica de jugos Poza Honda está ubicada en la parroquia Honorato Vásquez 01°05.562'; 080°08.297' fue creada en el año 2010 y surge gracias al apoyo de la organización MCCCH permitiendo a los habitantes del sector a aprovechar la producción de frutos de la zona. Los turistas tienen oportunidad de conocer y ser parte del proceso de elaboración de jugos naturales

**NOMBRE DEL RECURSO:** Embalse Poza Honda

**Categoría:** Manifestaciones culturales

**Tipo:** Obras técnicas y científicas

**Subtipo:** Estaciones y centros técnicos

**FOTOGRAFÍA:**



**DESCRIPCIÓN:**

El embalse Poza Onda está ubicado a 3 kilómetros al oeste de la parroquia Honorato Vásquez del cantón Santa Ana, con una extensión aproximada de 12.5 kilómetros de largo, un promedio de 1.200 metros de ancho y con 10 metros aprox. de profundidad.

La parroquia Honorato Vásquez tiene una temperatura promedio de 25° C, con precipitaciones media mensual de 25.17 mm.

**NOMBRE DEL RECURSO:** El túnel

**Categoría:** Manifestaciones culturales

**Tipo:** Obras técnicas y científicas

**Subtipo:** Estaciones y centros técnicos

**FOTOGRAFÍA:**



**DESCRIPCIÓN:**

El túnel es el punto de conexión entre el embalse poza honda y el embalse Sixto duran Vallen, a pesar de no ser un área apta para la recreación y uso del recurso acuático, es muy concurrido por turistas ya que desde aquí se puede apreciar al embalse Poza Honda en todo su esplendor y se realizar avistamiento de las aves del embalse. La temperatura del sitio varía entre los 14°C y 37 °C y se encuentra a un altura de 163 sobre el nivel del mar.

**NOMBRE DEL RECURSO:** Casa de los abuelos

**Categoría:** Manifestaciones culturales

**Tipo:** Eventos Programados

**Subtipo:** Escenarios para eventos al aire libre

**FOTOGRAFÍA:**



**DESCRIPCIÓN:**

La Casa de los abuelos está ubicada en la parroquia Ayacucho 01°07.987' 080°14.913', es propiedad del sr. Antonio Pico quien ha sido un difusor de la cultura montubia en el cantón Santa Ana y es justo en esta casa rustica donde desarrolla festivales en honor a la cultura montubia. Esta casa tiene un modelo rustico, fue construida con caña guadua y su techo es de cadí representando las tradicionales casas de la campiña manabita.

**NOMBRE DEL RECURSO:** Tradición oral "Juana y Josefa"

**Categoría:** Manifestaciones culturales

**Tipo:** Etnográficos

**Subtipo:** Asentamientos poblacionales vernáculos

**FOTOGRAFÍA:**



**DESCRIPCIÓN:**

Juana y Josefa Veliz Franco son 2 hermanas mellizas de 85 años que han dedicado gran parte de su vida a difundir las tradiciones montubias, ellas enseñan la elaboración de artesanías en paja y transmiten la importancia de la tradición oral. Ellas viven en la parroquia Ayacucho en la comunidad San Bartolo 01°08.946' 080°18.537'

**Fuente:** elaboración de los autores

Cuadro 4.5. Ficha de resumen de inventarios

## FICHA DE RESUMEN

PROVINCIA: Manabí						FECHA: 10/072/014							
NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD		ENTORNO Max. 10 puntos	ESTADO DE CONSERVAC. Max.10 puntos	INFRAEST. VIAL Y ACCESO Max. 10 puntos	SERVICIOS máx. 10 puntos	ASOC. CON OTROS ATRACTIVOS Max. 5 puntos	SIGNIFICADO				SUMA	JERARQUÍA I- II - III - IV
	VALOR INTRÍNSECO Max. 15 puntos	VALOR EXTRÍNSECO Max. 15 puntos						LOCAL Max. 2 puntos	REGIONAL Max. 4 puntos	NACIONAL Max.7 puntos	INTERNAC. Max, 12 puntos		
La Quinkigua	4	6	5	5	5	5	2,5	2	1	0	0	35,5	I
mineral	3	3	6	4	6	4	2	2	0	0	0	30	I
Pata de pájaro	4	4	6	4	6	4	2	2	0	0	0	32	I
Fabrica	6	8	6	4	6	3	2	2	0	0	0	35	I
Túnel	5	7	6	2	5	2	2	2	0	0	0	29	I
Poza honda	7	7	6	5	5	4	2	2	1	0	0	39	I
El Desgraciado	4	6	5	5	5	5	2	2	0	0	0	34	I
La casa de los abuelos	7	6	2	4	8	5	2	2	0	0	0	36	I
Las tejedoras	9	6	4	8	5	3	2	1	0	0	0	38	I
Balneario Nevis	4	5	5	5	9	6	2	1	0	0	0	37	I

Fuente: Elaboración de los autores

#### 4.1.2.1. DETERMINACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS

Para determinar las posibilidades turísticas, se consideró el inventario de recursos turísticos naturales y culturales de la parroquia Honorato Vásquez, se estableció los valores tanto de carácter, es decir (cultural, ambiental, paisajístico y deportivo) de cada recurso, al igual que los atributos (dinámica, utilización, accesibilidad y equipamiento turístico), y así determinar los recursos de mayor potencialidad en base al resultado obtenido de cada recurso. **(Ver cuadro 4.6 y 4.7)**

Cuadro 4.6. Potencialidades turísticas

Nº	Atractivo y / o recurso	Carácter				Atributos				Total
		C	A	P	D	D	u	a	e	
1	Cerro la Silla	0	3	3	2	1	2	1	1	13
2	Balneario Pata de pájaro	0	3	2	2	2	2	2	1	14
3	Balneario Mineral	0	3	2	2	2	2	2	1	14
4	Fábrica de jugos	3	1	0	0	2	3	3	1	13
5	Embalse Poza Honda	2	3	2	3	2	3	3	1	19
6	El Túnel	2	2	3	2	1	1	3	1	15
8	Casa de los abuelos	3	0	0	0	2	2	2	1	10
9	Tradición Oral Juana y Josefa	3	0	0	0	2	2	2	1	10
10	Salto de agua El Desgraciado	0	3	3	2	2	2	2	1	15
11	Balneario Nevis	0	2	3	2	1	2	2	2	14

Fuente. Elaborado por los autores

A partir del total se han considerado dos grupos, el primero los recursos que obtuvieron un puntaje igual o superior a 14, nombrados como recursos de mayor potencialidad, y el segundo los que tienen un puntaje igual o menor a 13, llamados recursos con potencialidades emergentes **(ver cuadro 4.7)**; esto no quiere decir que no se toman en cuenta para el turismo en la parroquia Honorato Vásquez, si no que en la actualidad existen recursos con un grado mayor de potencialidad.

Cuadro 4.7. Valoración y potencialidad de los recursos turísticos de la parroquia Honorato Vásquez

N	Recurso	Valor	
1	Embalse Poza Honda	19	Mayor potencialidad
2	El Túnel	15	
3	Salto de agua El Desgraciado	15	
5	Balneario Pata de pájaro	14	
6	Balneario Mineral	14	
7	Balneario Nevis	14	
8	Cerro la Silla	13	Potencialidad emergente
9	Fábrica de jugos	13	
10	Casa de los abuelos	10	
11	Juana y Josefa	10	

Fuente. Elaborado por los autores

Como se muestra en el cuadro, el recurso de mayor potencialidad es el embalse Poza Honda, seguido del Túnel, el Salto el Desgraciado y los balnearios Pata de Pájaro, Mineral y Nevis, y de potencialidad emergentes los recursos el Cerro la Silla, la fábrica de jugos, casa de los abuelos, tradición oral Juana y Josefa.

#### 4.1.3. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un punto crucial al trabajar con el diseño de un producto turístico, puesto que se hace imprescindible para conocer la plaza a la cual se va a introducir dicho producto, y determinar las dimensiones es del mismo. Se consideraron los componentes: oferta, demanda potencial y competencia

##### 4.1.3.1. DETERMINACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

###### a) SERVICIO DE ALOJAMIENTO

Para la determinación de la oferta turística de alojamiento se debe iniciar con la cita de la ley de Turismo, registro oficial 244 del 5 de enero del 2004; En este reglamento se establece las características de infraestructura y servicios que deberán tener los diferentes establecimientos dedicados al alojamiento. Según la actualización del catastro del MINTUR realizada en el presente año en la parroquia Honorato Vásquez no existe ningún centro de alojamiento con la

denominación de hotel, y registra únicamente 2 hostales y 1 hostería en el cantón, los cuales no tienen una categorización adecuada, según el análisis de la investigación se realizó una corrección a la categoría de dichos establecimientos **(ver cuadro 4.8)** Según el artículo 17 del Reglamento General de Actividades Turísticas dice lo siguiente:

Hostal.- Es hostal todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de veintinueve ni menor de doce habitaciones.

Para la categorización de hostales el reglamento dice lo siguiente:

Art. 22.- Hostales residencia.- Es hostal residencia todo establecimiento que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, debiendo ofrecer adicionalmente servicio de desayuno, para cuyo efecto podrá disponer de servicio de cafetería. No podrá ofrecer los servicios de comedor y tendrá un máximo de veintinueve habitaciones y un mínimo de doce.

Los hostales residencia deberán reunir las mismas condiciones exigidas para los hostales de su categoría, excepto en lo referente a los servicios de comedor y cocina.

Para la categorización de la hostería se realizó una revisión a los siguientes artículos:

Art. 23.- Hostería.- Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.

Art. 29.- Hosterías; refugios, moteles y cabañas de una estrella.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de una estrella, deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción, atendido las veinticuatro horas del día por personal capacitado. Existirá un mozo de equipajes y mensajero que dependerá de la recepción;
- b) Teléfono público en la recepción;
- c) En los moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,
- d) Botiquín de primeros auxilios.

Cuadro 4.8. Servicio de alojamiento

DENOMINACIÓN	NOMBRE	CATEGORÍA	HAB	PLAZ
Hostal	Omar Alejandro	Residencia	14	27
Hostal	Girasol	Residencia	16	36
Hostería	San Valentín	Tercera	6	18
<b>TOTAL</b>			<b>36</b>	<b>81</b>

Fuente: Catastro del MINTUR

En el catastro del MINTUR se excluyen varios establecimientos de alojamiento, los cuales durante la investigación fueron identificados dentro de los datos aportados por el departamento de turismo del GAD de Santa Ana y otros centros se hallaron al realizar la investigación de campo. A continuación se detallan los establecimientos que no constan en el catastro del MINTUR con su respectiva denominación y categoría (**Cuadro 4.9**):

Cuadro 4.9. Centros de alojamiento no registrados en el catastro del MINTUR

DENOMINACIÓN	NOMBRE	CATEGORÍA	HAB	PLAZ
Hostería	Arichuna	Una estrella	6	24
Hostería	Las cabañas de Pepito	Una estrella	4	20
Cabaña	Nevis	Una estrella	6	24
Hostería	La Finca	Una estrella	5	25
Hostería	La Quinkigua	Una estrella	6	30
<b>TOTAL</b>			<b>27</b>	<b>123</b>

Fuente: Elaboración de los autores

Según el análisis de la investigación se determina que la infraestructura de alojamiento en la parroquia Honorato Vásquez es relativamente buena, ya que cuenta con servicios acordes a su denominación y categoría. Contabilizando solo las plazas de alojamiento incluidas en el catastro dan un total de 81 plazas disponibles para la actividad turística, lo cual se puede considerar como un

número relativamente bajo; sin embargo si se toman en cuenta a los centros excluidos del catastro los cuales dan un total de 123 plazas disponibles, se estaría hablando de que la parroquia Honorato Vásquez posee una disponibilidad de 204 plazas de hospedaje.



La Quinkigua



NEVIS



San Valentín

#### **b) SERVICIO DE RESTAURACIÓN**

En el reglamento de actividades turísticas del Ministerio de Turismo del Ecuador no existe una definición sobre el término restauración, por ello se toma como referencia lo expuesto por la comunidad autónoma de Cataluña en su decreto nº 317/1994 cuyo artículo 1 reza lo siguiente:

Se entiende por establecimientos de restauración aquellos locales abiertos al público que tienen como actividad principal suministrar de manera habitual y mediante precio comidas y bebidas para que sean consumidos, de acuerdo con las características y especificaciones que se establecen en este Decreto. Esta actividad será compatible con la venta de comidas para llevar, siempre que se cumplan las disposiciones que regulan esta actividad.

Para su denominación se hace referencia al artículo 4 que determina que:

Los establecimientos de restauración, según sus características, se ordenan en tres grupos:

- a) Restaurante
- b) Bar

## c) Restaurante- bar.

Cuadro 4.10. Servicio de restauración

PARROQUIA	DENOMINACIÓN	NOMBRE	CATEGORÍA	MES	PLAZ
Santa Ana	<b>Restaurante</b>	El Chando	Cuarta	10	40
Santa Ana	<b>Restaurante</b>	María Fernanda	Cuarta	6	24
Santa Ana	<b>Restaurante</b>	La Sustancia	Cuarta	6	24
Ayacucho	<b>Restaurante</b>	La Finca	Tercera	12	48
Santa Ana	<b>Restaurante</b>	El Tiburón	Tercera	16	64
<b>TOTAL</b>				<b>50</b>	<b>200</b>

Fuente: Catastro del MINTUR

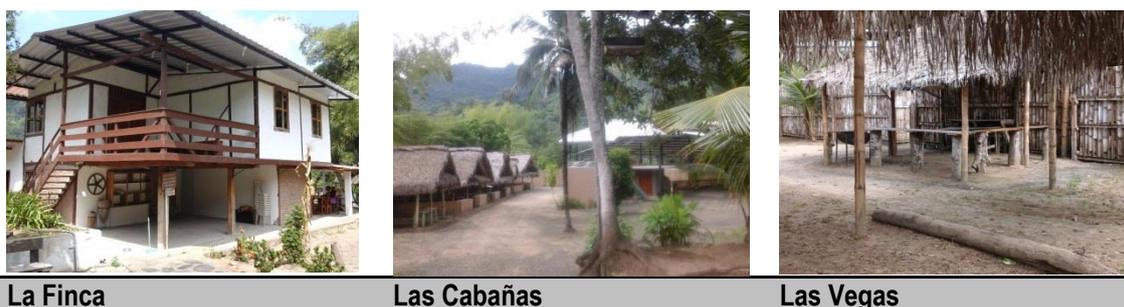
Del mismo modo que ocurre con varios centros de alojamiento del cantón Santa Ana, en el catastro del MINTUR se excluyen varios establecimientos de restauración que durante la investigación fueron identificados dentro de los datos aportados por el departamento de turismo del GAD de Santa Ana y otros se encontraron al realizar la investigación de campo. En el siguiente cuadro se muestran los establecimientos que no constan en el catastro del MINTUR con su respectiva denominación (**ver cuadro 4.11**):

Cuadro 4.11. Centros de restauración no registrados en el catastro del MINTUR

DENOMINACIÓN	NOMBRE	CATEGORÍA	MES	PLAZ
Restaurante	La delicia del Puente	Cuarta	20	80
Restaurante	Marita	Cuarta	10	50
Restaurante	Las Cabañas	Cuarta	7	28
Restaurante	Las Vegas	Tercera	10	40
<b>TOTAL</b>			<b>47</b>	<b>198</b>

Fuente: elaboración de los autores

Al contabilizar las plazas que cubren los centros de restauración incluidos en el catastro del MINTUR se determinó un total de 200 plazas, y al sumar las plazas de los establecimientos excluidos en el catastro las cuales tienen una disponibilidad de 198 plazas hacen un total de 398 plazas de restauración disponibles en el cantón Santa Ana para el desarrollo de la actividad turística.



### c) SERVICIO DE TRANSPORTE

Según el estudio de campo realizado se logró determinar que no existe un registro tanto en el departamento de turismo del GAD de Santa Ana como en el Ministerio de Turismo de las agrupaciones de transporte que operan en el cantón, sin embargo se logró recaudar información al desarrollar el estudio de campo, estableciendo que existen grupos formales de transporte que operan dentro y fuera del cantón y conectan a la parroquia Honorato Vásquez con otros cantones de Manabí, como Portoviejo, Montecristi y Manta.

También existen una agrupación de transporte fluvial que opera en el embalse Poza Honda, lamentablemente se pudo comprobar la carencia de la implementación adecuada para transportar pasajeros, no cuentan con los chalecos que son parte de la seguridad para el usuario y los precios son relativamente altos en comparación con la duración del trayecto.

A continuación se presenta un cuadro con el listado de las instituciones de transporte encontrados en el cantón Santa Ana (**ver cuadro 4.12**):

Cuadro 4.12. Medios de transporte

TIPO DE TRANSPORTE	FRECUENCIA DE LOS RECORRIDOS	HORARIO DE TRABAJO	REGISTRO MINTUR
CITA	Cada 3 horas	05:00 – 17:00	NO
Ayacucho	Cada 10 minutos	07:00 – 18:00	NO
Vuelta larga	Cada 15 minutos	07:00 – 18:00	NO
Taxis	Permanente	24 horas	NO
Navegación Fluvial	Cada 2 horas	8:30 -17:30	NO

Fuente: elaboración de los autores



Transporte Fluvial



CITA



Vuelta Larga

#### 4.1.3.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA POTENCIAL

El MINTUR (2006) abarca un análisis profundo al tratar la demanda turística y plantea que “el factor demanda consta de los mercados turísticos actuales y potenciales, tanto nacionales como internacionales. Estos se encuentran en estrecha relación con tendencias de desarrollo en el mercado internacional, y los mecanismos de la globalización, además de encontrarse constantemente afectados por eventos políticos y financieros”.

Según un análisis realizado mediante la investigación en el departamento de turismo del GAD del cantón Santa Ana se llegó a la conclusión de que no poseen información concreta y verídica sobre el número de turistas nacionales y extranjeros que ingresan por motivo de visita, trabajo, descanso u otra motivación a los atractivos turísticos que posee el cantón, es por esta razón que se decidió determinar la demanda potencial mediante una proyección realizada en base a los datos obtenidos en MINTUR (2013).

La demanda potencial es aquella que podría ser captada, para lo que se deberían realizar acciones por parte de los ofertantes de la actividad turística. Se pretende determinar la demanda de turismo cultural que tendría el cantón Santa Ana, para la cual se basará en el número total de visitantes extranjeros que tuvo el Ecuador en el año 2013; se sabe que el 73.8% de estos visitantes tiene como motivación el turismo cultural; tomando en cuenta que por lo general estas personas toman vacaciones por promedio de 2 veces al año; el costo promedio de un paquete de turismo cultural es de \$150.

La fórmula generalmente utilizada para calcular este potencial es la siguiente:  
(cuadro 4.13)

$$Q = nqp$$

Cuadro 4.13. Fórmula para la demanda potencial

DESPEJE DE LA FÓRMULA $Q = nqp$		VALOR
n	Número de compradores en el mercado según hipótesis	10066,74
q	Cantidad adquirida por un comprador promedio	2
p	Precio de la unidad promedio	\$150

Fuente: elaboración de los autores

$$n = (1364057 * 0,738 / 100) = 10066,74$$

$$q = 2 \text{ paquete}$$

$$p = \$150$$

$$Q = 10066,74 * 2 * 150$$

$$Q = 3020022$$

Según la resolución de la fórmula se pudo identificar un valor de 3020022, que representan a la demanda potencial del segmento de turismo cultural a nivel nacional. Una vez hallada la demanda potencial de turismo cultural, se pasa a identificar la demanda de la provincia Manabí.

Estadísticamente la provincia de Manabí representa el 13.9% de la demanda nacional, por lo que este será la demanda objetivo a captarse. La fórmula generalmente utilizada para calcular la demanda potencial es la siguiente (**cuadro 4.14**):

$$do = dp * i$$

Cuadro 4.14. Fórmula para la demanda objetiva

DESPEJE DE LA FÓRMULA $do = dp * i$	
dp	demanda potencial 3020022,21

i	demanda objetiva a captarse	0,139
---	-----------------------------	-------

Fuente: elaboración de los autores

$$do=3020022,21*0,139$$

$$do=419783//$$

la fórmula arrojó un valor total de 419783 que representa la demanda que podría captar la provincia de Manabí y para la cual se debiera adecuar su infraestructura turística, ya que según el análisis realizado en las investigaciones de la oferta y la demanda del turismo de la parroquia, se evidencia que las plazas de los servicios tanto de alojamiento como de restauración disponibles no son suficientes para abastecer las necesidades de la demanda objetiva.

Con la información recopilada y analizada tanto de la oferta como la demanda se procede a realizar el análisis del estado tanto interno como externo del turismo en la parroquia Honorato Vásquez, lo que permitirá completar el diagnóstico situacional del área de estudio, puesto que se podrá conocer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la actividad turística de la parroquia.

#### **4.1.3.3. ANÁLISIS DE FACTORES INTERNOS**

La matriz EFI es una herramienta que permite evaluar de forma científica y técnica la situación interna en la que se encuentra un determinado establecimiento, analizando sus fortalezas y debilidades, para así formular estrategias de acción: **(ver cuadro 4.15)**

Cuadro 4.15. Matriz EFI

<b>MATRIZ EFI</b>				
N° DE FACTORES	VALORES INTERNOS CLAVE	VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1	Recursos naturales y culturales	0,10	4	0,40
2	Predisposición de la junta parroquial por trabajar	0,05	3	0,15
3	Vías internas en buen estado	0,08	4	0,32
4	Existencia de la Presa Posa Honda	0,10	4	0,40
5	Centro comunitario la Quinkigua	0,08	4	0,32
6	Proyectos de emprendimiento turístico y productivo	0,05	3	0,15
7	Desempleo	0,05	2	0,10
8	Deforestación	0,15	1	0,15
9	Carencia de conciencia ambiental	0,10	1	0,10
10	Grupo no calificado para el desarrollo de actividades relacionadas con el turismo	0,08	2	0,16
11	Carencia de servicios básicos	0,10	1	0,10
12	Carencia de gestión para capacitaciones turísticas en la zona	0,06	2	0,12
<b>TOTAL</b>		<b>1,00</b>		<b>2,47</b>

Fuente: Elaboración de los autores

El total ponderado es de 2,47 por debajo de su promedio en cuanto a su debilidad interna.

**Interpretación:** la parroquia Honorato Vázquez muestra una posición interna débil, a consecuencia de que no existe un adecuado proceso en la gestión de capacitación, para las personas que integran la parroquia, en temas relacionados con la actividad turística (turismo sostenible y sustentable), y esto conlleva a que se le dé un mal manejo a los recursos (deforestación) lo cual es prioridad la aplicación de estrategias defensivas que les permitan su desarrollo turístico local, mejorando su posición en el mercado interno y externo, principalmente a través de recursos nuevos e innovadores.

#### 4.1.3.4. ANÁLISIS DE FACTORES EXTERNOS

La matriz EFE tiene como objetivo principal evaluar los factores externos como son las oportunidades y amenazas, en el cual se analizan factores económicos, políticos, tecnológicos y naturales, con el fin de conocer amenazas y

oportunidades que se presentan en el entorno del establecimiento. **(Ver cuadro 4.16)**

Cuadro 4.16. Matriz EFE para la determinación de oportunidades y amenazas

<b>MATRIZ EFE</b>				
<b>N° DE FACTORES</b>	<b>VALORES EXTERNOS CLAVE</b>	<b>VALOR</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>	<b>VALOR PONDERADO</b>
<b>OPORTUNIDADES EXTERNAS</b>				
1	Crecimiento de plazas de distribución (operadoras turísticas)	0,15	1	0,15
2	GAD de cantón Santa Ana	0,09	2	0,18
3	Apoyo académico de las universidades más cercanas (UTM)	0,07	4	0,28
4	Apoyo de entidades bancarias (CFN, BNF)	0,17	1	0,17
5	Incremento de la demanda de turistas por sitios naturales	0,15	2	0,30
<b>AMENAZAS EXTERNAS</b>				
1	Competencia turística	0,10	3	0,30
2	Inestabilidad política	0,03	2	0,06
3	Inseguridad social (robos, asaltos)	0,07	2	0,14
4	Desastres naturales	0,11	1	0,11
5	Crisis económica	0,06	2	0,12
		<b>1,00</b>		<b>1,81</b>
<b>TOTAL</b>				

**Fuente:** elaboración por los autores

El total ponderado es de 1,81 por debajo de su promedio en cuanto a las amenazas externas.

**Interpretación:** la parroquia Honorato Vásquez tiene una posición externa desfavorable (débil) ello debido a que no aprovechan el crecimiento de las plazas de distribución como las operadoras de turismo, además de la creciente competitividad turística existente. Es de vital importancia aprovechar que existe un amplio margen de turistas que demandan sitios naturales mediante la consideración de los factores deficientes que se han podido detectar en el lugar.

#### **4.1.3.5. IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA TURÍSTICA**

Es un sistema que permite determinar cuáles son los competidores directos de los productos que se ofrecen, analizando varios factores como precios, calidad

y cualidades propias de cada producto que es puesto a disposición de los clientes, para de esa manera elaborar productos de mejor calidad.

Para el análisis de la competencia de Honorato Vásquez se identificaron 2 cantones: Pichincha y Bolívar, puesto que cuentan con un entorno similar y en especial el recurso hídrico que poseen hace que estos 3 cantones tengan una oferta turística homogénea.

La matriz comparativa tiene como objetivo evaluar las particularidades de un lugar determinado: como se puede determinar a continuación: **(ver cuadro 4.17)**

Cuadro 4.17. Cuadro comparativo de las potencialidades de los recursos

<b>MATRIZ COMPARATIVA</b>	<b>Bolívar (La esperanza)</b>	<b>Pichincha (Daule Peripa)</b>	<b>Santa Ana (Poza Honda)</b>
Un entorno natural atractivo y singular.	X	X	X
Existencia de recursos complementarios atractivos: culturales, gastronómicos, etc.	X	X	X
Existencia de los recursos e instalaciones necesarias.			X
Un conjunto de rutas, itinerarios y senderos que permitan descubrir el entorno.			X
Centros turísticos, de información o de interpretación de la naturaleza en los que se encuentre información sobre el entorno y los itinerarios.			
Existencia de oferta de alojamiento adaptada al producto: refugios, casas rurales, pensiones, etc.	X	X	X
Existencia de empresas que desarrollen los recursos naturales mediante un producto estructurado.			
Promoción y comercialización del producto: promoción online, mapas, material promocional, presencia en medios especializados, etc.			

Fuente: Elaboración propia

Según el análisis del cuadro comparativo de la competencia del cantón Santa Ana se observa que los factores marcados son aquellos que se cumplen en gran medida dentro de cada cantón, siendo así que la parroquia Honorato Vásquez cumple con más factores que la competencia. Pero para un mejor análisis a continuación se presenta una matriz de perfil competitivo:

#### 4.1.3.6. MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

El objetivo de la matriz de perfil competitivo (MPC) es evaluar las cualidades de la competencia directa, identificando cada uno de los factores que influyen en el éxito del negocio, analizando sus fortalezas y debilidades, con la finalidad de aplicar acciones que contribuyan con el desarrollo de lugar. **(Cuadro 4.18)**

Cuadro 4.18. Matriz del perfil competitivo

MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO (MPC)							
FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO	POND	LA ESPERANZA		DAULE PERIPA		POZA HONDA	
		CALIF	PUNT	CALIF	PUNT	CALIF	PUNT
Un entorno natural atractivo y singular.	0,16	4	0,64	4	0,64	4	0,64
Existencia de recursos complementarios atractivos: culturales, gastronómicos, etc.	0,14	4	0,56	4	0,56	4	0,56
Existencia de los recursos e instalaciones necesarias.	0,14	1	0,14	1	0,14	4	0,56
Un conjunto de rutas, itinerarios y senderos que permitan descubrir el entorno.	0,13	1	0,13	4	0,52	4	0,52
Centros turísticos, de información o de interpretación de la naturaleza en los que se encuentre información sobre el entorno y los itinerarios.	0,10	1	0,10	1	0,10	1	0,10
Existencia de oferta de alojamiento adaptada al producto: refugios, casas rurales, pensiones, etc.	0,10	2	0,2	2	0,2	2	0,2
Existencia de empresas que exploten los recursos naturales mediante un producto estructurado.	0,08	2	0,16	2	0,16	3	0,24
Promoción y comercialización del producto: promoción online, mapas, material promocional, presencia en medios especializados, etc.	0,15	1	0,15	1	0,15	1	0,15
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,08</b>		<b>2,47</b>		<b>2,97</b>

Fuente: elaboración propia

**Interpretación:** Según los resultados dados en el cuadro comparativo, el cual refleja que el embalse Poza Honda tiene una posición sólida, ya que su fortaleza mayor se muestra en el singular atractivo de su entorno natural, los mismos que se encuentran complementados con atractivos culturales y gastronómicos, además de contar con las instalaciones necesarias para el

desarrollo de la actividad turística. En comparación con la presa La Esperanza y Daule Peripa que no cuentan con las facilidades necesarias como rutas o senderos e instalaciones adecuadas para poder convertirse en un producto viable para el desarrollo turístico de la zona. A pesar los embalses Poza Honda, La Esperanza y Daule, se destacan por el atractivo de su entorno no tienen un aprovechamiento adecuado ya que no disponen de alianzas estratégicas (operadoras) con medios de promoción y difusión turística, la cual ocasiona que dichos recursos no sean desarrollados para contribuir con beneficios económicos a la localidad.

#### 4.1.3.7. ANÁLISIS DE GESTIÓN

Dentro de los factores internos de la parroquia Honorato Vásquez se debe identificar la capacidad de gestión que posee las comunidades dentro de la zona de acción del proyecto. Los principales organismos que ejercen en son el GAD cantonal y el gobierno parroquial de Honorato Vásquez. Dentro del trabajo de campo se pudieron identificar 3 grupos de comunidades organizadas en la parroquia Honorato Vásquez: la asociación de transportistas fluviales de Poza Honda, la comunidad La Laguna y la asociación Poza Honda.

En el siguiente cuadro se muestra la capacidad gestión que poseen estas organizaciones, marcando aquellos aspectos de capacidad con los que cumplen **(Ver cuadro 4.19)**

Cuadro 4.19. Análisis de gestión

Organismo	Aspectos de capacidad	Marco legal	Estructura funcional administrativa	Organización social	Recursos humanos	Recursos físicos	Recursos financieros	información
GAD cantonal		X	X	X	X	X	X	
Gobierno parroquial de Honorato Vásquez		X	X		X		X	
Transportistas fluviales de Poza Honda		X	X		X			X
Comunidad La Laguna			X	X	X	X		X
Asociación Poza Honda		X	X	X	X	X		X

Fuente: elaboración de los autores

La capacidad de gestión que poseen estas organizaciones en el área de intervención de la investigación es considerablemente alta puesto que cuentan con los recursos tanto físico como humano, lo que se aprecia es una carencia en la capacidad de financiamiento y esa es la principal debilidad que poseen estas organización, ya que realizar el estudio de campo se pudo evidenciar una cierta limitación para acceder a los recursos financieros necesarios para el desarrollo de sus actividades.

Además dentro de la investigación se evidenció una limitada comunicación entre los distintos grupos organizados del cantón, este es un punto importante debido a que la actividad turística es una actividad incluyente, donde se deben manejar de manera vinculada varios actores de un mismo destino. Principalmente el GAD de Santa Ana debería involucrarse mucho más en el desenvolvimiento de las demás agrupaciones apoyar el desarrollo de sus ideas actuar junto con ellas.

#### 4.1.3.8. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

Para conocer las características de la demanda del turismo de la parroquia Honorato Vásquez fue necesaria la aplicación de encuestas incluyendo un cuestionario que permita conocer las preferencias del turista en cuanto a lo que buscan al momento de adquirir un producto turístico. Esto será de gran apoyo al armar el producto en la parroquia Honorato Vásquez, puesto que se deberá incluir servicios y actividades que tengan mayor acogida entre la demanda. **(Ver anexo 1)**

Para realizar las encuestas fue necesaria la utilización de la siguiente fórmula que permitiera conocer la población a la cual hacer dichas encuestas. **(Ver cuadro 4.20)**

### FÓRMULA

Cuadro 4.20. Fórmula para identificar la población

---

**DESPEJE DE LA FÓRMULA**

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{K^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$


---

<b>Z</b>	Grado de confiabilidad
<b>N</b>	Universo
<b>p</b>	50% de oportunidad que los datos sean representativos
<b>q</b>	50% de oportunidad que los datos no sean representativos
<b>K</b>	Grado de error

Fuente: elaboración de los autores

$$n = \frac{1,96^2 * 419783 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (419783 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{403159,59}{1049,45 + 0,9604}$$

$$n = \frac{403160}{1050,41} = 383,81$$

$$n = \mathbf{384}$$

La fórmula arrojó un resultado de 384 de encuestas, las cuales se realizaron a turistas tanto nacionales como extranjeros, en los días 26 de septiembre en la parroquia Canoa del cantón San Vicente y 28 de septiembre en el Centro Cívico Ciudad Alfaro del cantón Montecristi.

#### 4.1.3.9. RESULTADO DE LA ENCUESTA

Los resultados de las encuestas realizadas se muestran a continuación:

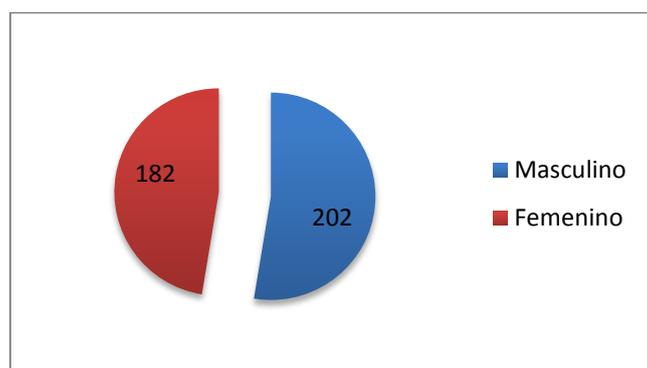
##### a) Género

Con un resultado de 202 personas se reflejó que los encuestados son de género masculino con un 53% y un 47% del género femenino. Esta mínima diferencia evidencia que quienes realizan viajes con mayor frecuencia son las personas de sexo masculino al diseñar el producto turístico se deben incluir actividades dirigidas tanto para los hombres como las mujeres. (Cuadro 4.21) (Gráfico 4.01)

Cuadro 4.21. Género

Categoría	Número	Porcentaje
<b>Masculino</b>	202	53%
<b>Femenino</b>	182	47%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Gráfico4.1. Genero



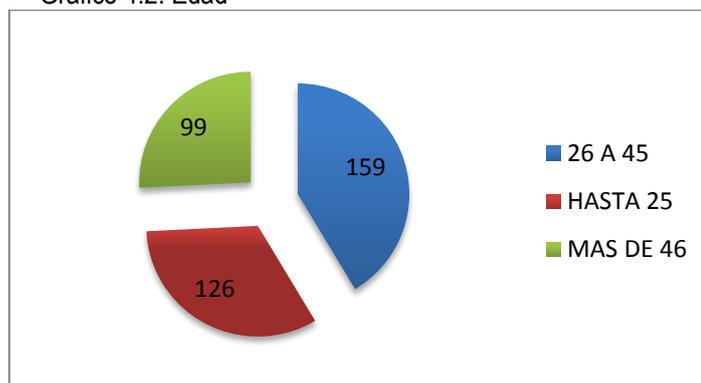
### b) Edad

Del total de los encuestados un 41% están entre los 26 a 45 años de edad, un 33% con edades hasta los 25 años, y más de 46 años con un 26%. Demostrando así que la mayoría de los turistas encuestados tienen una edad promedio de 30 años de edad. Dado este resultado se logra ver que las personas adultas son quienes toman la iniciativa al realizar un viaje, teniendo en cuenta que a esta edad tienen la capacidad de costear un viaje dentro del producto se deben incluir actividades dirigidas a personas adultas. (Cuadro 4.22) (Gráfico 4.2)

Cuadro 4.22. Edad

Categoría	Número	Porcentaje
26 A 45	159	41%
HASTA 25	126	33%
MAS DE 46	99	26%
TOTAL	384	100%

Gráfico 4.2. Edad



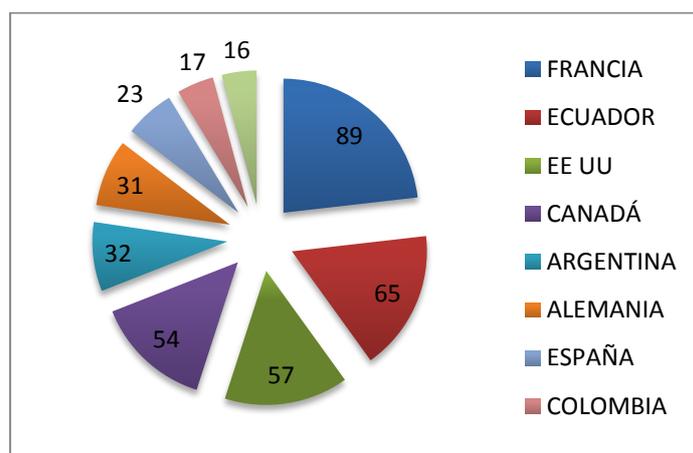
### c) País de procedencia

Los países de procedencia con mayor número de turistas encuestados son Francia, Ecuador, Estados Unidos, Canadá, Argentina y Alemania con 23%, 17%, 15%, 14%, 8% y 8% respectivamente, los demás países tienen porcentajes menores a 7% los cuales se consideran bajos en relación a los anteriores. Dado los resultados se puede deducir que las actividades a realizar en el producto pueden estar dirigidos a personas de nacionalidad ecuatoriana como extranjera (Cuadro 4.23) (Gráfico 4.3)

Cuadro 4.23. País de procedencia

Categoría	Número	Porcentaje
FRANCIA	89	23%
ECUADOR	65	17%
EE UU	57	15%
CANADÁ	54	14%
ARGENTINA	32	8%
ALEMANIA	31	8%
ESPAÑA	23	6%
COLOMBIA	17	4%
PERÚ	16	4%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Gráfico 4.3. País de procedencia



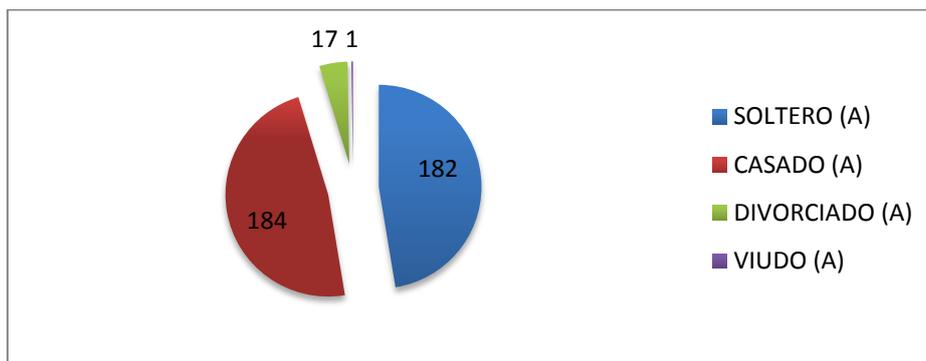
#### d) Estado civil

De los encuestados un 48% es casado por lo que la gran mayoría viaja con su familia, un 47% de ellos son solteros. Estos diversos modos de viajes del turista destacan la importancia de elaborar itinerarios que incluyan actividades que se pueda disfrutar tanto solo como en compañía. (Cuadro 4.24) (Gráfico 4.4)

Cuadro 4.24. Estado civil

Categoría	Número	Porcentaje
<b>SOLTERO (A)</b>	182	47%
<b>CASADO (A)</b>	184	48%
<b>DIVORCIADO (A)</b>	17	4%
<b>VIUDO (A)</b>	1	0%
<b>TOTAL</b>	384	100%

Gráfico 4.4. Estado civil



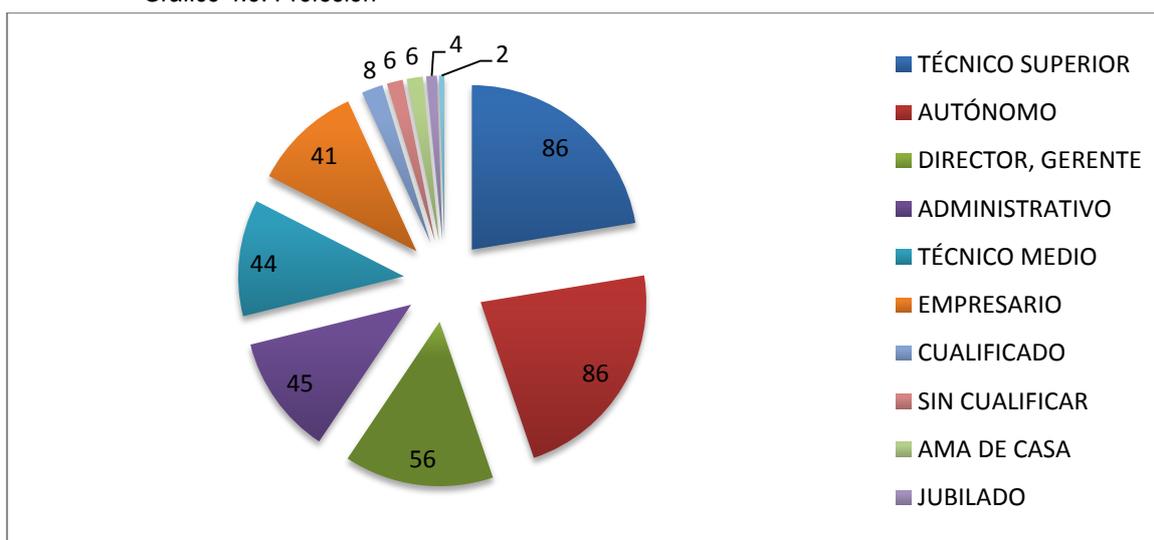
#### e) Profesión

De los encuestados un 22% tienen una profesión técnico superior y autónomo, un 15% tienen una profesión de gerente, un 12% administrativo. Este análisis permite deducir que el nivel de instrucción del turista objetivo es alto, y por lo general trabajan de manera independiente y pueden adquirir un producto turístico sin necesidad de estar en temporada de feriado, es decir, que se les puede ofertar un itinerario para cada época del año. (Cuadro 4.25) (Gráfico 4.5)

Cuadro 4.25. Ocupación

Categoría	Número	Porcentaje
TÉCNICO SUPERIOR	86	22%
AUTÓNOMO	86	22%
DIRECTOR, GERENTE	56	15%
ADMINISTRATIVO	45	12%
TÉCNICO MEDIO	44	11%
EMPRESARIO	41	11%
CUALIFICADO	8	2%
SIN CUALIFICAR	6	2%
AMA DE CASA	6	2%
JUBILADO	4	1%
AGRICULTOR	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Gráfico 4.5. Profesión



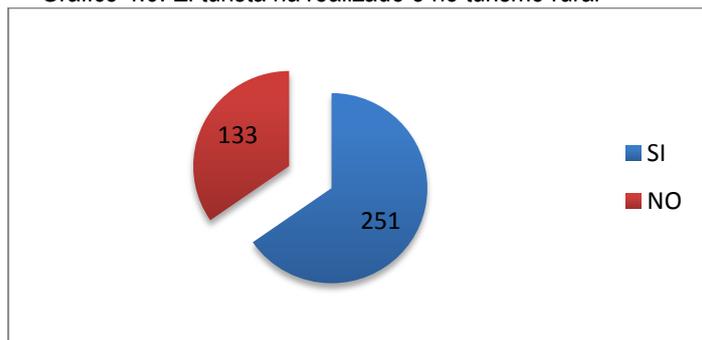
#### f) ¿Ha realizado en alguna ocasión turismo en áreas rurales?

El resultado de esta pregunta reflejó que el 65% de encuestados si ha realizado turismo en áreas rurales en alguna ocasión, y un 35% no ha practicado turismo en áreas rurales, pero si están interesados en practicarlo. La cantidad de personas que ha realizado turismo en áreas rurales es mayoritaria, sin embargo el número de personas que no han realizado esta actividad es considerablemente alto, esto puede ser beneficioso ya que, será una experiencia nueva para estas personas. (Cuadro 4.26) (Gráfico 4.6)

Cuadro 4.26. El turista ha realizado o no turismo rural

Categoría	Numero	Porcentaje
SI	251	65%
NO	133	35%
TOTAL	384	100%

Gráfico 4.6. El turista ha realizado o no turismo rural



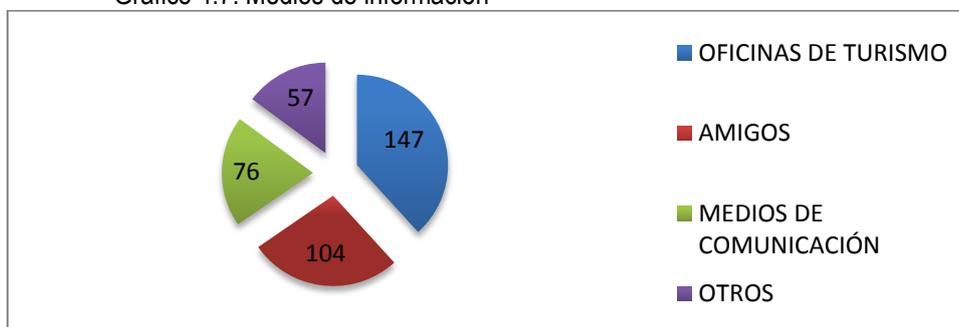
**g) ¿A través de qué medios ha obtenido información sobre lugares de turismo rural?**

El 38% de las personas encuestadas respondió que han obtenido información a través de oficinas de turismo, seguido de un 27% que lo hacen a través de amigos y un 20% a través de otros medios de comunicación. Es método más favorable para realizar la difusión de un producto turístico son las oficinas de turismo, incluyendo los departamentos de turismo, agencias de viajes y tour operadoras, sin embargo no hay que descuidar una publicidad que al parecer es gratuita pero de la misma forma que tiene beneficios podría afectar la venta del producto turístico, esta es la publicidad boca a boca. (Cuadro 4.27) (Gráfico 4.7)

Cuadro 4.27. Medios de información

Categoría	Número	Porcentaje
OFICINAS DE TURISMO	147	38%
AMIGOS	104	27%
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	76	20%
OTROS	57	15%
TOTAL	384	100%

Gráfico 4.7. Medios de información



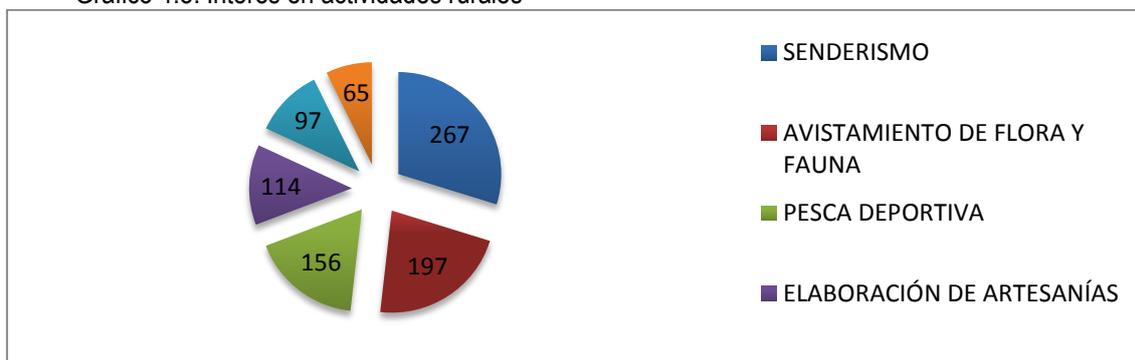
#### h) ¿Grado de interés que presentan las siguientes actividades turísticas?

De las actividades que se consideraron en la encuesta, se encuentran senderismo, avistamiento de flora- fauna, pesca deportiva con nivel alto 70%, 51% y 41% respectivamente. Con nivel medio de interés se encuentran actividades agropecuarias y elaboración de artesanías con porcentaje medio de 59 % y 53% respectivamente. Además los encuestados opinaron acerca de las actividades que les gustaría realizar en áreas rurales como son degustación de comida típica, paseos en caballo y camping, los cuales se consideraran para el diseño del producto. Las actividades que tienen mayor acogida podrán ser incluidas en los itinerarios del producto (Cuadro 4.28) (Gráfico 4.8)

Cuadro 4.28. Interés en actividades rurales

Categoría	Alto	%	Medio	%	Bajo	%
<b>SENDERISMO</b>	267	70%	83	22%	34	9%
<b>AVISTAMIENTO DE FLORA Y FAUNA</b>	197	51%	56	15%	131	34%
<b>PESCA DEPORTIVA</b>	156	41%	135	35%	93	24%
<b>ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS</b>	114	30%	205	53%	65	17%
<b>TRADICIÓN ORAL</b>	97	25%	102	27%	185	48%
<b>ACTIVIDADES AGROPECUARIAS</b>	65	17%	227	59%	92	24%

Gráfico 4.8. Interés en actividades rurales



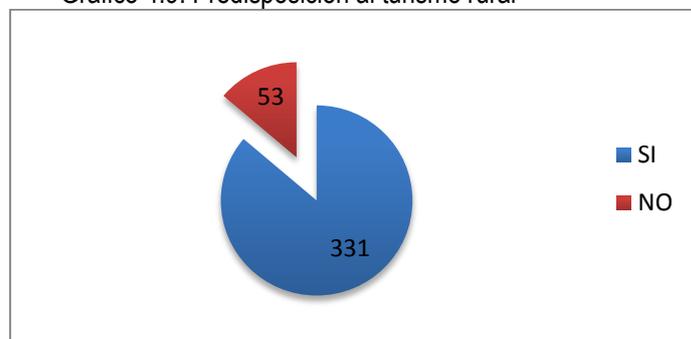
**i) ¿Estaría dispuesto a practicar turismo rural en la provincia de Manabí?**

Del total de encuestados un 86% respondió que sí estaría dispuesto a practicar turismo en las áreas rurales de la provincia de Manabí, mientras tanto un 14% respondió de forma negativa. Tanto las personas que ya han realizado turismo rural como las que no, en gran mayoría están dispuestos a realizar turismo en las zonas rurales de Manabí. Este resultado indica la predisposición de las personas a adquirir un producto turístico con actividades relacionadas al entorno natural (Cuadro 4.29) (Gráfico 4.9)

Cuadro 4.29. Predisposición al turismo rural

Categoría	Número	Porcentaje
SI	331	86%
NO	53	14%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Gráfico 4.9. Predisposición al turismo rural



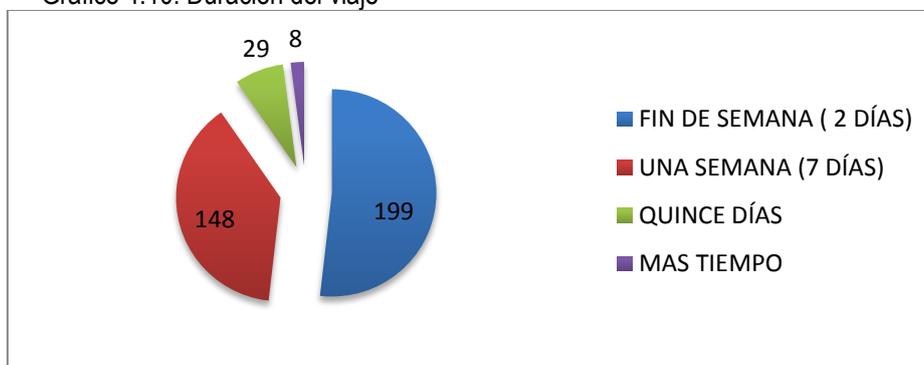
**j) ¿Cuál es la duración deseable al realizar turismo rural?**

De los turistas encuestados un 52 % mencionó que la duración deseable al realizar turismo en áreas rurales es de un fin de semana (dos días) y un 39% una semana (siete días), los cuales se tomaran en cuenta al realizar los itinerarios para el producto turístico. Las personas desean en general un viaje corto, no mayor a una semana, por lo que se pueden estructurar itinerarios de 2 o 3 días de duración, que permitan el provechar los recursos de la parroquia (Cuadro 4.30) (Gráfico 4.10)

Cuadro 4.30. Duración del viaje

Categoría	Número	Porcentaje
FIN DE SEMANA ( 2 DÍAS)	199	52%
UNA SEMANA (7 DÍAS)	148	39%
QUINCE DÍAS	29	8%
MAS TIEMPO	8	2%
TOTAL	384	100%

Gráfico 4.10. Duración del viaje



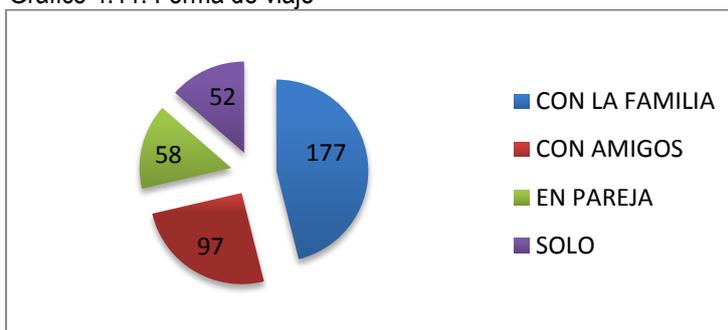
**k) Al realizar sus viajes usualmente los hace:**

En cuanto a los resultados de esta pregunta, 46% de los encuestados respondieron que viajan en compañía de la familia, un 25% con amigos. Como se analizó en el literal d, los turistas en su mayoría son personas casadas y solteras. Así mismo se puede evidenciar que a estas personas casadas usualmente viajan en familia y las personas solteras lo hacen con amigos o solos. Analizando este resultado es preciso indicar la importancia de incluir actividades que se puedan realizar en familia, sabiendo que se debe tomar en cuenta a los niños. Cuadro 4.31) (Gráfico 4.11)

Cuadro 4.31. Forma de viaje

Categoría	Número	Porcentaje
<b>CON LA FAMILIA</b>	177	46%
<b>CON AMIGOS</b>	97	25%
<b>EN PAREJA</b>	58	15%
<b>SOLO</b>	52	14%
<b>TOTAL</b>	384	100%

Gráfico 4.11. Forma de viaje



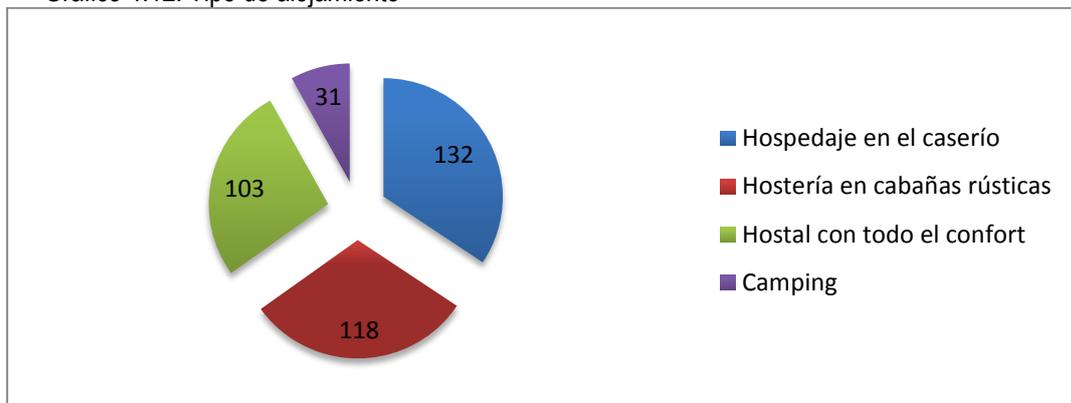
**I) ¿Qué tipo de alojamiento le gustaría encontrar en productos turísticos en áreas rurales?**

Un 34% coincidieron en que el hospedaje de su preferencia es en caserío, seguido de hospedaje en cabañas rústicas con un 31% del total de los encuestados, por otro lado un 27% prefiere hospedaje con confort. Para la mayoría de los turistas es interesante un hospedaje rustico, acorde con el entorno rural, pero sin dejar de lado los servicios básicos, y comodidades urbanas (Cuadro 4.32) (Gráfico 4.12)

Cuadro 4.32. Tipo de alojamiento

Categoría	Número	Porcentaje
<b>Hospedaje en el caserío</b>	132	34%
<b>Hostería en cabañas rústicas</b>	118	31%
<b>Hostal con todo el confort</b>	103	27%
<b>Camping</b>	31	8%
<b>TOTAL</b>	384	100%

Gráfico 4.12. Tipo de alojamiento



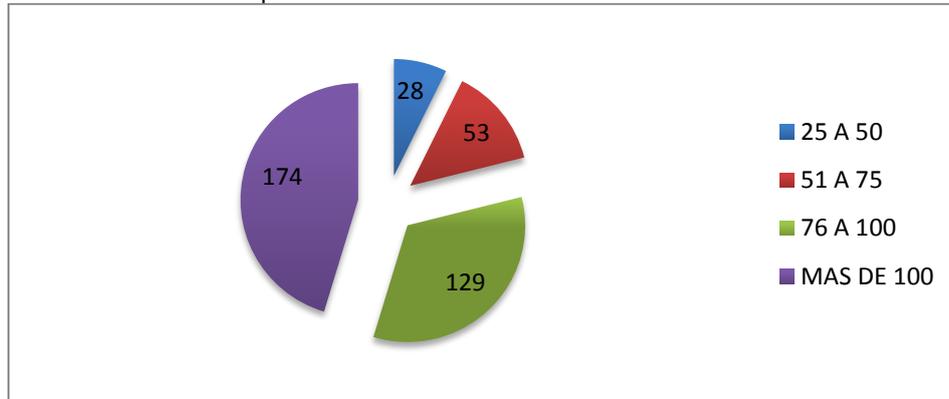
**m) ¿Cuál es el presupuesto en dólares que planea gastar al realizar turismo en áreas rurales?**

El presupuesto más accesible para los turistas es de más de 100 dólares con un 45% del total de los encuestados, un 34% respondió que estaría dispuesto a pagar de 76 a 100 dólares. Hay un alto número de personas que están dispuestos a pagar entre 100 dólares en adelante, lo que evidencia el nivel socioeconómico medio del turista, los servicios a incluir en el producto deben estar acordes a las expectativas y poder de adquisición del mercado objetivo. (Cuadro 4.33) (Gráfico 4.13)

Cuadro 4.33. Presupuesto

Categoría	Número	Porcentaje
<b>25 A 50</b>	28	7%
<b>51 A 75</b>	53	14%
<b>76 A 100</b>	129	34%
<b>MAS DE 100</b>	174	45%
<b>TOTAL</b>	384	100%

Gráfico 4.13. Presupuesto



Con los resultados que arrojaron las encuestas se procede a describir el perfil o segmento de turista al que estará dirigido el producto, sabiendo que la potencialidad turística de la parroquia Honorato Vásquez se basa en balnearios de agua dulce, actividades agropecuarias, tradiciones y costumbres del campo y el avistamiento de flora y fauna en el área del embalse Poza Honda: **(Ver cuadro 4.34)**

Cuadro 4.34. Público objetivo

<b>PERFIL DEL VISITANTE</b>	
Las encuestas se aplicaron en la parroquia de Canoa del cantón San Vicente a 834 personas:	
Procedencia del turista	Francia, Canadá y EEUU
edad	Entre 26 a 45 años
El estado civil	Solteros y casados
Profesión	Técnico superior y autónomo
Su relación con el turismo rural	Han practicado turismo rural
Medio de información más útil	La publicidad boca a boca y redes sociales
Actividades con mayor aceptación	Pesca deportiva, avistamiento de flora y fauna y senderismo
La duración del viaje	Una semana o menos
El turista suele realizar sus viajes	Con familia o entre amigos
El tipo de alojamiento que más atrae al turista	Hospedaje en caserío, cabañas rústicas o todo confort
El presupuesto óptimo para el turista	Más de cien dólares
Se puede determinar que el producto estará dirigido a un segmento internacional, de edad adulta que por lo general viaja con su familia o entre amigos, este turista tiene conocimiento previo sobre turismo rural y está dispuesto a practicar turismo en la zona rural de Manabí. Turistas interesados en practicar actividades como pesca deportiva, senderismo, avistamiento de flora y fauna y algunas actividades relacionadas a sus elecciones. A estos turistas les interesa un alojamiento rústico, sin dejar las comodidades urbanas.	

Fuente: Elaboración de los autores

## **4.2. FASE II: DEFINICIÓN DE ATRIBUTOS DEL PRODUCTO**

Para determinar los atributos se evalúan los elementos centrales y complementarios, los cuales conforman la personalidad del producto, permitiendo tomar decisiones estratégicas para que se ofrece a los clientes estén en igual o mayor nivel que la competencia y permitan satisfacer las necesidades y requerimientos de los mismos, por ello es necesario realizar un análisis de las cualidades que posee la parroquia Honorato Vásquez en su oferta turística, las mismas que contribuyen para definir el segmento de consumidores al cual esta direccionado, lo que permitirá establecer sus compradores:

#### 4.2.1. DETERMINACIÓN DE LOS ATRIBUTOS DEL ALOJAMIENTO

Para la determinación de los atributos de los alojamientos se tomaron en cuenta las funcionalidades y características principales de los hoteles, hortales y cabañas que se toman consideración dentro estructura del producto turístico, la cual se elaboró de la siguiente manera. **(Cuadro 4.35)**

Cuadro 4.35. Atributos del alojamiento

ALOJAMIENTO	FUNCIONALIDAD / CARACTERÍSTICA
Hostal Omar Alejandro	• Infraestructura rústica
Hostal Girasol	• Capacidad promedio de 26 personas
Hostería San Valentín	• Servicio de restauración
Cabañas Nevis	• Promociones por temporadas
La Quinkigua	• Permiten contacto con la naturaleza
	• Fácil acceso durante todo el año
	• Cuentan con la señalización adecuada
	• Los precios relativamente accesibles
	• Cordial atención al cliente
	• Área de garaje
	• Área de eventos

Fuente: elaboración de los autores

##### 4.2.1.1. ATRIBUTOS DE LA RESTAURACIÓN

En la determinación de los atributos de restauración se toman en consideración los establecimientos que se están en influencia directa con el producto, en el cual se establecieron sus funcionalidades y características del servicio de restauración, el cual se estructuro de la siguiente manera. **(Cuadro 4.36)**

Cuadro 4.36. Atributos de la restauración

RESTAURACIÓN	FUNCIONALIDAD / CARACTERÍSTICA
Restaurante El Chando	• Oferta gastronómica variada
Restaurante María Fernanda	• Promoción de la gastronomía manabita
Restaurante La Sustancia	• Precios relativamente accesibles
Restaurante La Finca	• Higiene
Restaurante El Tiburón	• Capacidad promedio para 51 personas
	• Infraestructura rústica
	• Calidad en la atención al cliente
	• Espacio para garaje

Fuente: elaboración de los autores

#### 4.2.1.2. DETERMINACIÓN LOS ATRIBUTOS DEL TRANSPORTE

Para la determinación dichos atributos, se establecieron cuáles son los medios de transporte que se benefician mediante el desarrollo del producto, además de analizar cuáles son sus funcionalidades y características establecidas mediante la se estructuración del siguiente cuadro. **(Cuadro 4.37)**

Cuadro 4.37. Atributos del transporte

TRANSPORTE	FUNCIONALIDAD / CARACTERÍSTICA
CITA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilidad promedio de 8:00 – 17:00</li> </ul>
Ayacucho	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unidades en buen estado</li> </ul>
Vuelta larga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad promedio 30 personas</li> </ul>
Taxis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frecuencia promedio cada 20 minutos</li> </ul>
Navegación Fluvial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuentan con oficinas de información</li> <li>• Trato cordial</li> <li>• Personal calificado</li> </ul>

Fuente: elaboración de los autores

#### 4.2.1.3. DETERMINACIÓN DE LOS ATRIBUTOS DEL SERVICIO DE GUÍAS

En la determinación de los atributos del servicio de guías se analizó las funcionalidades y características (actitudes) principales del personal encargado de la guianza, el cual se elaboró de la siguiente manera. **(Cuadro 4.38)**

Cuadro 4.38. Atributos del servicio de guías

SERVICIO DE GUÍA	FUNCIONALIDAD / CARACTERÍSTICA
Guía con licencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoce los datos históricos y posee una amplia cultura general.</li> <li>• Conocer la geografía de la parroquia.</li> <li>• Conocer cabalidad la oferta turística y de servicios.</li> <li>• Puntualidad y honradez</li> <li>• Dominio del idioma en que va a guiar.</li> <li>• Tolerancia y cordialidad en el trato.</li> <li>• Buena presencia, impecablemente vestido, debidamente identificado.</li> <li>• Tiene conocimientos de primeros auxilios.</li> </ul>

Fuente: elaboración de los autores

#### 4.2.1.4. DETERMINACIÓN DE LOS ATRIBUTOS DE LOS RECURSOS

Para la determinación de los atributos de los recursos se tomaron en cuenta las funcionalidades y características (particularidades del recurso), que se toman consideración dentro estructura del producto turístico, la cual se estructuro de la siguiente manera. **(Cuadro 4.39)**

Cuadro 4.39. Atributos de los recursos

RECURSO	FUNCIONALIDAD / CARACTERÍSTICA
Cerro la Silla	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belleza paisajística</li> <li>• Diversidad en las actividades a realizar</li> <li>• Presencia de fauna y flora</li> <li>• Contacto con el medio natural</li> <li>• Interacción con la población de la zona</li> <li>• Promoción de la cultura manabita</li> <li>• Señalética adecuada</li> <li>• Accesibilidad durante todo el año</li> <li>• Centro de información turística</li> <li>• Presencia de seguridad publica</li> </ul>
Pata de pájaro	
Mineral	
Fábrica de jugos	
Embalse Poza Honda	
El túnel	
Casa de los abuelos	
Juana y Josefa	
El Desgraciado	
Nevis	

Fuente: elaboración de los autores

### 4.3. FASE III: DISEÑO DEL PRODUCTO

#### 4.3.1. ESTRUCTURACIÓN DEL PRODUCTO

El proceso de estructuración del producto consta de la definición de las características que harán diferente la nueva oferta, una vez determinados los atributos se puede iniciar con el proceso de construcción del producto agregando los elementos tanto tangibles como intangibles, para esto, los requerimientos que señala el cliente constituyen un elemento fundamental en la planificación del producto.

Según el análisis de la investigación, y basados en el hecho de que el nuevo producto a diseñar estará enmarcado en el ámbito de la conservación y sostenibilidad ambiental deberá incluir una serie de itinerarios en los cuales las actividades a realizarse no afecten al medio natural.

#### a) DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

La creación de un producto con enfoque de sostenibilidad, reviste una gran importancia para el progreso de comunidades rurales en cuanto a desarrollo social, económico y protección ambiental. El producto está enfocado a desarrollar el turismo rural- sostenible, aprovechando el potencial turístico que tiene la parroquia Honorato Vásquez de la provincia de Manabí, en donde los visitantes puedan disfrutar de la cultura propia de las comunidades rurales, de los paisajes y de las actividades que se puedan desarrollar en el área rural. El presente producto tiene como objetivo contribuir mediante el turismo rural-sostenible como actividad económica, al mejoramiento de la calidad de vida de la población, así como aportar con la conservación ambiental de las áreas rurales.

#### b) DETERMINACIÓN DEL CONCEPTO Y NOMBRE DEL PRODUCTO

Es un producto rural-sostenible, que está integrado por elementos naturales y culturales, el cual cuenta con un recurso estrella que es la Presa Poza Onda “Isla de los Pájaros”, al mismo tiempo el acercamiento con las personas autóctonas de las comunidades rurales, los cuales muestran la tradición oral de los pueblos, acompañado de la elaboración de artesanías y en complemento con otros recursos puedan captar el interés de los visitantes nacionales y extranjeros.

**NOMBRE DEL PRODUCTO:** Poza Honda ruta viva

#### PAQUETES TURÍSTICOS

##### ITINERARIO: 1

**NOMBRE DE LA RUTA:** Poza Honda ruta viva

**TIEMPO DE DURACIÓN:** 3 días y 2 noches

**NUMERO DE PAX:** 4-6-8-10-12

##### Día 1:

8:00 Transfer de pax desde Manta a Santa Ana

9:30 Check in (Cabañas NEVIS)

9:45 Desayuno

10:15 - 10:30 Descanso

10:30 Uso de balneario

12:00 Almuerzo

13:30 Tradición oral (Hermanas Juana y Josefa)

14:30 Elaboración de artesanías

16:30 Refrigerio

17:00 Demostración de bailes tradicionales y chigualos

19:00 Cena

**Día 2:**

7:30 Actividades agropecuarias (ordeño, elaboración de queso)

8:45 Desayuno y Check out de cabañas NEVIS

9:15 Ciclismo hasta la Casa de los Abuelos

11:00 Refrigerio

11:30 Demostración y participación de la cocina tradicional (cocinar en horno)

13:00 Almuerzo

14:00 Tarde de confraternidad (tradición oral y baile)

18:00 Check in en hostería San Valentín

19:00 Cena

**Día 3:**

8:30 Desayuno

9:00 salida de la hostería hacia La Finca

10:00 Esparcimiento en La Finca (recorrido a caballo hasta el salto de agua El Desgraciado)

11:30 avistamiento de flora y fauna

12:30 almuerzo

13:30 tiempo de disfrute del balneario

15:00 salida hacia Manta

16:30 Fin del recorrido

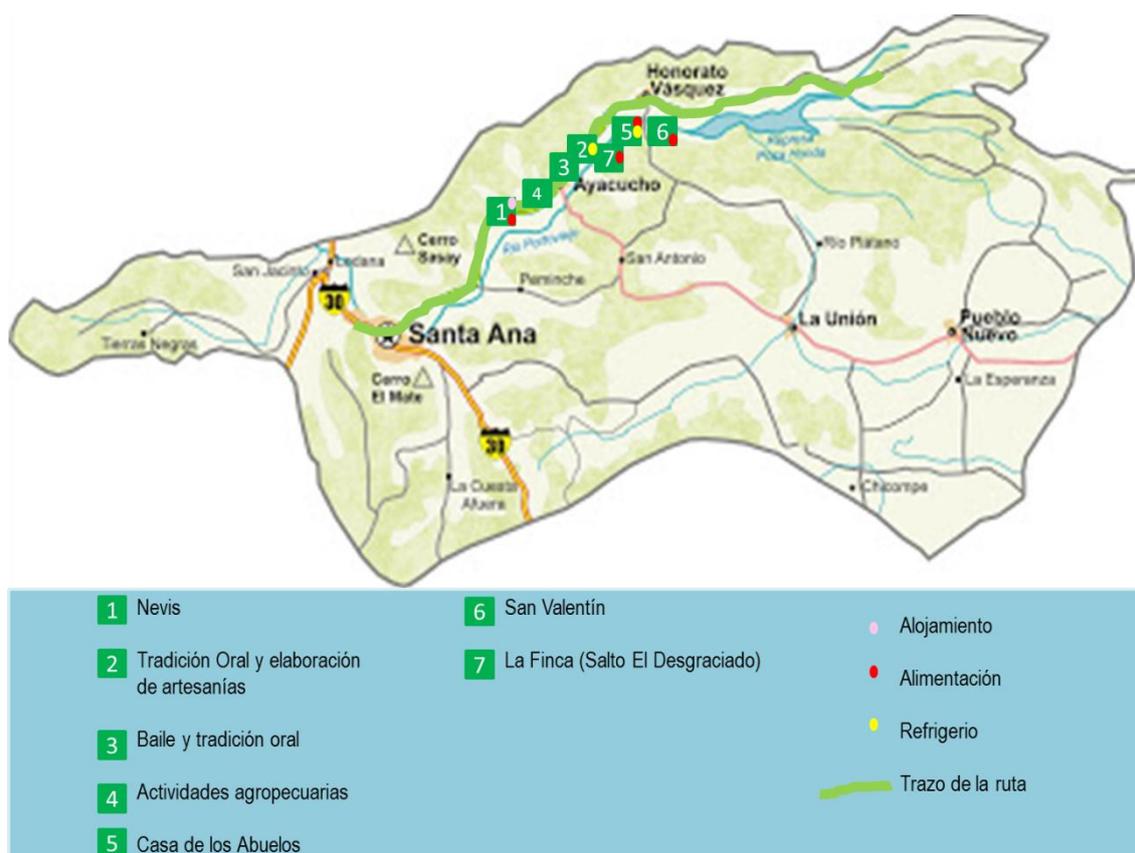
Cuadro 4.40. Requerimientos, el paquete incluye/no incluye primer itinerario

REQUERIMIENTOS PARA LA VISITA	EL PAQUETE INCLUYE	EL PAQUETE NO INCLUYE
✓ Ropa cómoda	✓ Transfer	× Comidas extras
✓ Repelente de insectos	✓ Alimentación completa más refrigerios	× Adquisición de artesanías
✓ Protector solar	✓ Hospedaje	
✓ Ropa de baño	✓ Recorrido en bicicleta	
	✓ Recorrido en caballo	

Fuente: elaboración de los autores

### MAPA DEL RECORRIDO

Imagen 4.2. Mapa del primer itinerario



Fuente: Elaboración de los autores

### COSTEO

El costeo del itinerario se presupuestó para 4, 6, 8, 10 y 12 pax (**Ver anexo 3**)

**ITINERARIO: 2****NOMBRE DEL PRODUCTO:** Poza Honda ruta viva**TIEMPO DE DURACIÓN:** 2 días y 1 noche**NUMERO DE PAX:** 4-6-8**ITINERARIO****Día 1:**

8:00 Transfer de los pax desde Manta a Santa Ana

8:30 Desayuno

9:30 Llegada a La hostería San Valentín

9:45 Montaje de campamento (San Valentín)

10:45 Descanso

11:00 refrigerio

11:30 uso del balneario

12:30 Almuerzo

14:00 Recorrido por el embalse (hasta la isla de los pájaros)

16:00 tiempo para tomar fotografías (isla de los pájaros y el túnel)

19:00 Cena

20:00 Noche de bienvenida en la fogata

**Día 2:**

8:00 Desayuno

9:00 Levantamiento de carpas

10:00 Llegada a Poza Honda

10:00 Paseo en caballo en los alrededores del embalse Poza Honda

12:30 Almuerzo en el puerto Poza Honda

13:30 practica de pesca deportiva

16:00 salida hacia Manta

17:30 fin del recorrido

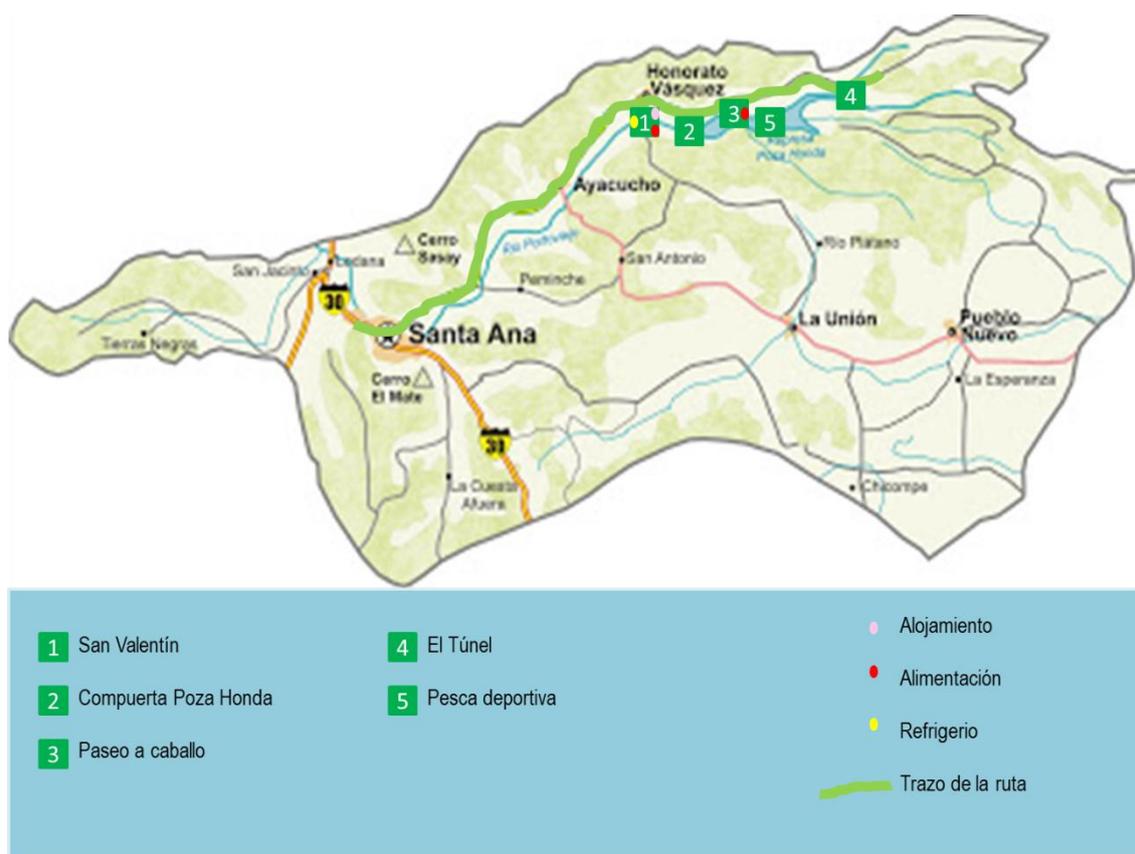
Cuadro 4.41. Requerimientos, el paquete incluye/no incluye segundo itinerario

REQUERIMIENTOS PARA LA VISITA	EL PAQUETE INCLUYE	EL PAQUETE NO INCLUYE
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ropa cómoda</li> <li>✓ Repelente de insectos</li> <li>✓ Protector solar</li> <li>✓ Ropa de baño</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Transfer Manta-Santa Ana y Santa Ana- Manta</li> <li>✓ Alimentación completa más refrigerio</li> <li>✓ Equipo de camping</li> <li>✓ Recorridos en bote dentro del embalse Poza Honda</li> <li>✓ Equipo de pesca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✗ Comidas extras</li> <li>✗ Adquisición de artesanías</li> </ul>

Fuente: Elaboración de los autores

### MAPA DEL RECORRIDO

Imagen 4.3. Mapa del segundo itinerario



Fuente: Elaboración de los autores

### COSTEO

El costeo del itinerario se presupuestó para 4, 6, 8, 10 y 12 pax (**Ver anexo 4**)

**ITINERARIO: 3****NOMBRE DEL PRODUCTO:** Poza Honda ruta viva**TIEMPO DE DURACIÓN:** 2 días y 1 noches**NUMERO DE PAX:** 4-6-8**ITINERARIO****Día 1:**

8:00 Desayuno en Manta

8:30 Transfer desde Manta

10:00 Arribo a Las Cabañas

11:30 Visita a los cultivos del lugar

12:30 Almuerzo

14:30 Check in en la Quinkigua

15:00 Senderismo al cerro La Silla

18:00 Descanso

19:00 Cena

20:00 Coctel de bienvenida

**Día 2:**

8:00 Actividades agropecuarias en la comunidad La Laguna

9:30 Desayuno

10:00 avistamiento de flora y fauna en el balneario Mineral (toma de fotografías)

11:00 Actividades deportivas en el balneario

12:30 Almuerzo en la Quinkigua

13:30 Check out

14:00 Visita a la fábrica de jugos (participación en el proceso)

17:00 Transfer a Manta

18:30 Fin del recorrido

Cuadro 4.42. Requerimientos, el paquete incluye/no incluye tercer itinerario

REQUERIMIENTOS PARA LA VISITA	EL PAQUETE INCLUYE	EL PAQUETE NO INCLUYE
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ropa cómoda</li> <li>✓ Repelente de insectos</li> <li>✓ Protector solar</li> <li>✓ Ropa de baño</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Transfer Manta-Santa Ana y Santa Ana- Manta</li> <li>✓ Alimentación completa más refrigerio</li> <li>✓ Recorrido en caballo</li> <li>✓ del embalse Poza Honda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✗ Comidas extras</li> </ul>

Fuente: Elaboración de los autores

### MAPA DEL RECORRIDO

Imagen 4.4. Mapa del tercer itinerario



Fuente: Elaboración de los autores

### COSTEO

El costeo del itinerario se presupuestó para 4, 6, 8, 10 y 12 pax (**Ver anexo 5**)

### **4.3.2. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

El estudio de factibilidad es una herramienta de trabajo que utilizan las organizaciones para determinar si un producto o servicio es factible a través del tiempo, esto implica un profundo análisis económico y social del área de influencia del proyecto.

#### **4.3.2.1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD AMBIENTAL**

Un estudio de factibilidad ambiental es una herramienta dinámica, que se aplica según las actividades que se realizan en el lugar de estudio, en las cuales varían continuamente según los procedimientos y prácticas se vayan implementando. Esto implica realizar un análisis del área de operación del proyecto, ello con el fin de identificar los cuales son impactos ambientales potenciales del proyecto y mantener un compromiso hacia el mejoramiento continuo hacia dichos aspectos.

##### **a) MATRIZ LEOPOLD**

La matriz de Impactos Ambientales (Matriz de Leopold) es una herramienta que permite realizar un análisis técnico e identificar si los procesos que se dan en un lugar determinado se están llevando a cabo de una forma correcta, con el fin de desarrollar estrategias y programas que permitan mitigar los impactos negativos que se producen en el sitio. Es por esta razón que se elaboró la matriz de Leopold en el área de influencia del producto, en la parroquia Honorato Vásquez del cantón Santa Ana. **(Ver anexo 3)**

Es de vital importancia el realizar una evaluación acerca de los impactos negativos que se generan en la parroquia Honorato Vásquez, y determinar los impactos que se producen por el desarrollo de la actividad cotidiana que existe en el lugar, para de esa manera aplicar medidas que permitan mitigar dichos impactos que se han generado. Cuya realización arrojó los resultados que se muestran en la siguiente tabla **(Ver cuadro 4.43)**

Cuadro 4.43. Principales impactos ambientales negativos

PRINCIPALES IMPACTOS AMBIENTALES			
ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO AMBIENTAL	POSITIVO / NEGATIVO	ETAPA DEL PROYECTO
Emisiones solidas	Senderismo	-83	Operativo
Aves	Avistamiento de flora y fauna	-80	Operativo
Especies acuáticas	Pesca deportiva	-78	Operativo
Accidentes y seguridad	Camping, actividades agropecuarias, pesca deportiva	-73	Operativo

Fuente: Elaboración por los autores

#### **b) PLAN DE MANEJO AMBIENTAL**

El plan de manejo ambiental es una herramienta que le permite al evaluador formular los programas y estrategias necesarios para prevenir y mitigar los impactos negativos que ocasiona el desarrollo de una determinada actividad, los cuales se han estructurado de la siguiente manera:

- ✓ Programa de prevención y mitigación
- ✓ Programa de manejo de desechos
- ✓ Programas de relaciones comunitarias
- ✓ Programa de seguridad y salud ocupacional
- ✓ Programa de contingencias y emergencias ambientales
- ✓ Programa de capacitación ambiental
- ✓ Programa de reforestación
- ✓ Programa de monitoreo ambiental.
- ✓ Programa de seguimiento ambiental

Cuadro 4.44. Programa de plan de prevención y mitigación

PROGRAMA DE PLAN DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN					
<b>OBJETIVOS:</b> <b>LUGAR DE APLICACIÓN: PARROQUIA HONORATO VÁSQUEZ</b> <b>RESPONSABLE:</b>					PPM-01
ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO IDENTIFICADO	MEDIDAS PROPUESTAS	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN	PLAZO (meses)
Emisiones sólidas	Causado por la actividad del senderismo	-Colocar rótulos indicando la prohibición de botar basura dentro de los sendero. -Entregar afiches a los turistas informando la afectación que provocan los desechos sólidos a las especies de flora y fauna de la zona.	-Numero de rótulos -Numero de afiches	-Fotos -Informes	Permanente
Aves	Originado por el avistamiento de flora y fauna	-Prohibir estrictamente las actividades de recolección y/o extracción de fauna por medio de carteles informativos. -Tener a disposición del visitante y del personal de planta en general, información sobre las especies de flora y fauna existentes en el área de influencia del producto.	-Numero de decomisos	-Informes de decomiso -Fotos	Permanente
Especies acuáticas	Causados por la pesca deportiva	-Prohibir la pesca de especies que no estén listas para el consumo	-Numero de decomisos	-Informes de decomiso -Fotos	Permanente
Accidentes y seguridad	Causados por camping, actividades agropecuarias, pesca deportiva	-Colocar rótulos que identifiquen zonas de alto riesgo y áreas restringidas	-Numero de rótulos	-Fotos	Permanente

Cuadro 4.45. Programa de plan de manejo de desechos

PROGRAMA DE PLAN DE MANEJO DE DESECHOS					
<b>OBJETIVOS:</b>					<b>PPM-02</b>
<b>LUGAR DE APLICACIÓN: PARROQUIA HONORATO VÁSQUEZ</b>					
<b>RESPONSABLE:</b>					
<b>ASPECTO AMBIENTAL</b>	<b>IMPACTO IDENTIFICADO</b>	<b>MEDIDAS PROPUESTAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIO DE VERIFICACIÓN</b>	<b>PLAZO (meses)</b>
Emisiones solidas	Causado por la actividad del senderismo	-Implementar basureros en lugares visibles, debidamente señalados e identificados. -Los basureros deberán identificarse básicamente en: Peligrosos, Reciclables, no reciclables y orgánicos. -Los basureros identificados deberán encontrarse principalmente en lugares donde se generen desechos	-Numero de basurero	-fotos	Permanente
Aves	Originado por el avistamiento de flora y fauna	-Realizar limpiezas constantes en las zonas donde se encuentra la población de aves	-Cantidad de desechos recolectas	-Informes	Cada 6 meses
Especies acuáticas	Causados por la pesca deportiva	-Prohibir estrictamente la introducción de bolsas plásticas al embalse, ya que pueden se posteriormente tiradas al agua.	-Retención temporal de bolsas	-Informes -Fotos	Permanente
Accidentes y seguridad	Causados por camping, actividades agropecuarias, pesca deportiva	-Realizar limpiezas periódicas, para eliminar las amenazas de infecciones que puede contraer el turista	-Cantidad de desechos	-Informes	Cada mes

Cuadro 4.46. Programa de relaciones comunitarias

PROGRAMA DE RELACIONES COMUNITARIAS					
<b>OBJETIVOS:</b>					<b>PPM-03</b>
<b>LUGAR DE APLICACIÓN: PARROQUIA HONORATO VÁSQUEZ</b>					
<b>RESPONSABLE:</b>					
<b>ASPECTO AMBIENTAL</b>	<b>IMPACTO IDENTIFICADO</b>	<b>MEDIDAS PROPUESTAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIO DE VERIFICACIÓN</b>	<b>PLAZO (meses)</b>
Emisiones solidas	Causado por la actividad del senderismo	- Desarrollo de capacitaciones en temas relacionados al manejo de desecho	- Numero de capacitaciones	- Registro de asistencia - fotos	Cada año
Aves	Originado por el avistamiento de flora y fauna	- Promover el cuidado de las zonas de población de las aves, a través de mingas de limpieza de desechos que incluyan tanto al turista como a la población local	- Numero de mingas realizadas	- Fotos - Informes	Cada 3 meses
Especies acuáticas	Causados por la pesca deportiva	- Prohibir la pesca con redes, ya que no solo afecta a las especies de fauna acuática, sino también a las aves.	- Numero de carteles - Numero de decomisos	- Informes - Fotos	Permanente
Accidentes y seguridad	Causados por camping, actividades agropecuarias, pesca deportiva	- Informar a través de carteles sobre las áreas y actividades que representan peligro para los turistas y los habitantes de la parroquia	- Cantidad de carteles	Fotos	Permanente

Cuadro 4.47. Programa de seguridad y salud ocupacional

<b>PROGRAMA DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL</b>					
<b>OBJETIVOS:</b> <b>LUGAR DE APLICACIÓN: PARROQUIA HONORATO VÁSQUEZ</b> <b>RESPONSABLE:</b>					<b>PPM-04</b>
<b>ASPECTO AMBIENTAL</b>	<b>IMPACTO IDENTIFICADO</b>	<b>MEDIDAS PROPUESTAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIO DE VERIFICACIÓN</b>	<b>PLAZO (meses)</b>
Emisiones solidas	Causado por la actividad del senderismo	- Prohibir estrictamente el introductor deshechos contaminantes a los senderos (aceites, ácidos, entre otros)	- Decomisos	- Informes de los decomisos	- Permanente
Aves	Originado por el avistamiento de flora y fauna	- Exponer mediante un cartel la distancia desde la que se puede observar a las aves de las zona	- Vaya de protección - Numero de carteles	- Monitoreo - Fotos	- Permanente
Especies acuáticas	Causados por la pesca deportiva	- Entregar el equipo necesario al personal que lo requiera, para realizar la operación, mantenimiento y limpieza de los implementos de pesca de manera segura	- Cantidad de implementos	- Inventario de implementos	- Permanente
Accidentes y seguridad	Causados por camping, actividades agropecuarias, pesca deportiva	- Informar a los turistas acerca de los accidentes que se pueden ocasionar en las áreas de camping, actividades agropecuarias y dentro del embalse a través de carteles informativos	- Numero de carteles	- Fotos	- Permanente

Cuadro 4.48. Programa de contingencias y emergencias ambientales

<b>PROGRAMA DE CONTINGENCIAS Y EMERGENCIAS AMBIENTALES</b>					
<b>OBJETIVOS:</b> <b>LUGAR DE APLICACIÓN: PARROQUIA HONORATO VÁSQUEZ</b> <b>RESPONSABLE:</b>					<b>PPM-05</b>
<b>ASPECTO AMBIENTAL</b>	<b>IMPACTO IDENTIFICADO</b>	<b>MEDIDAS PROPUESTAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIO DE VERIFICACIÓN</b>	<b>PLAZO (meses)</b>
Emisiones solidas	Causado por la actividad del senderismo	- Identificar y disponer en áreas visibles una lista de teléfonos de emergencia: Cruz Roja, Policía, Fuerzas Armadas y Cuerpo de Bomberos.	-Número de emergencias atendidas	- Informes	- Permanente
Aves	Originado por el avistamiento de flora y fauna	- Tener contacto con el Ministerio de Ambiente n caso de que se realice el resácate de una especie	-Numero de rescates atendidos	- Informes	- Permanente
Especies acuáticas	Causados por la pesca deportiva	- Elaborar un esquema de contingencias en el cual se identifiquen las áreas de riesgo y la ubicación de los elementos de seguridad necesarios para cuando sean útiles, como botiquín de primeros auxilios, linternas, palos, cuerdas, extintores, entre otros	-Numero de implementos plan de contingencias	- Informe de los eventos de riesgo atendidos	- Cada año
Accidentes y seguridad	Causados por camping, actividades agropecuarias, pesca deportiva	- Capacitar anualmente a todo el personal sobre el plan de contingencias.	-Numero de capacitacione s	-Registro de asistencia - fotos	- Cada año

Cuadro 4.49. Programa de capacitación ambiental

<b>PROGRAMA DE CAPACITACIÓN AMBIENTAL</b>					
<b>OBJETIVOS:</b> <b>LUGAR DE APLICACIÓN: PARROQUIA HONORATO VÁSQUEZ</b> <b>RESPONSABLE:</b>					<b>PPM-06</b>
<b>ASPECTO AMBIENTAL</b>	<b>IMPACTO IDENTIFICADO</b>	<b>MEDIDAS PROPUESTAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIO DE VERIFICACIÓN</b>	<b>PLAZO (meses)</b>
Emisiones solidas	Causado por la actividad del senderismo	- Capacitar al personal sobre las medidas a tomar en caso de el turista llegase a lastimarse a causa de desechos como el vidrio	- Numero de capacitaciones	- Registro de asistencia - fotos	Cada 6 meses
Aves	Originado por el avistamiento de flora y fauna	- Capacitar a las población local sobre las acciones a realizar en caso de que se realice el rescate de alguna especie en peligro de muerte	- Numero de capacitaciones	- Registro de asistencia - fotos	Cada año
Especies acuáticas	Causados por la pesca deportiva	- Desarrollar un programa de concienciación a la población y al turista a cerca del peligro del uso de elementos como aceites y gasolinas al interior del embalse	- Numero de charlas	- Registro de asistencia - fotos	Cada año
Accidentes y seguridad	Causados por camping, actividades agropecuarias, pesca deportiva	- Capacitar anualmente al personal sobre temas de conservación, con el fin de poder identificar y evaluar los riesgos potenciales ambientales de cada zona y responder oportunamente ante emergencias	- Numero de capacitaciones	- Registro de asistencia - fotos	Cada año

Cuadro 4.50. Programa de reforestación

PROGRAMA DE REFORESTACIÓN					
<b>OBJETIVOS:</b> <b>LUGAR DE APLICACIÓN: PARROQUIA HONORATO VÁSQUEZ</b> <b>RESPONSABLE:</b>					PPM-07
ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO IDENTIFICADO	MEDIDAS PROPUESTAS	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN	PLAZO (meses)
Emisiones solidas	Causado por la actividad del senderismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar periódicamente un chequeo de la población d la flora de los senderos</li> <li>- En casos de notar una reducción de la flora, realizar programas de reforestación en los senderos.</li> </ul>	Número de la población de aves	Monitoreo de aves	Cada año
Aves	Originado por el avistamiento de flora y fauna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prohibir estrictamente la tala de árboles en las zonas de población de aves</li> </ul>	Decomiso de árboles talados	Informes de decomiso	Permanente
Especies acuáticas					
Accidentes y seguridad	Causados por camping, actividades agropecuarias, pesca deportiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar anualmente campañas de reforestación</li> </ul>	Número de árboles entregados	Informes Fotos	Cada año

Cuadro 4.51. Programa de monitoreo ambiental

PROGRAMA DE MONITOREO AMBIENTAL					
<b>OBJETIVOS:</b> <b>LUGAR DE APLICACIÓN: PARROQUIA HONORATO VÁSQUEZ</b> <b>RESPONSABLE:</b>					PPM-08
ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO IDENTIFICADO	MEDIDAS PROPUESTAS	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN	PLAZO (meses)
Emisiones solidas	Causado por la actividad del senderismo	- Llevar un registro de la cantidad de basura recolectada dentro de los senderos	Cantidad de basura	Informes Fotos	Permanente
Aves	Originado por el avistamiento de flora y fauna	- Llevar un registro detallado de los decomisos y rescates realizados en la parroquia	Informes de decomiso y rescate	Informes Fotos	Permanente
Especies acuáticas	Causados por la pesca deportiva	- Llevar un registro detallado de los decomisos realizados	Numero de decomisos de especies acuáticas	Informes Fotos	Permanente
Accidentes y seguridad	Causados por camping, actividades agropecuarias, pesca deportiva	- Llevar un registro de los accidentes ocurridos en las áreas de camping, actividades agropecuarias, pesca deportiva	Número de accidentes ocurridos	Informes Fotos	Permanente

Cuadro 4.52. Programa de seguimiento ambiental

<b>PROGRAMA DE SEGUIMIENTO AMBIENTAL</b>					
<b>OBJETIVOS: LUGAR DE APLICACIÓN: PARROQUIA HONORATO VÁSQUEZ RESPONSABLE:</b>					<b>PPM-09</b>
<b>ASPECTO AMBIENTAL</b>	<b>IMPACTO IDENTIFICADO</b>	<b>MEDIDAS PROPUESTAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIO DE VERIFICACIÓN</b>	<b>PLAZO (meses)</b>
Emisiones solidas	Causado por la actividad del senderismo	- Realizar un Check list para verificar el cumplimiento se las medidas propuestas para este impacto	Cantidad de medidas cumplidas	Check list	Cada 6 meses
Aves	Originado por el avistamiento de flora y fauna	- Realizar un Check list para verificar el cumplimiento se las medidas propuestas para este impacto	Cantidad de medidas cumplidas	Check list	Cada 6 meses
Especies acuáticas	Causados por la pesca deportiva	- Realizar un Check list para verificar el cumplimiento se las medidas propuestas para este impacto	Cantidad de medidas cumplidas	Check list	Cada 6 meses
Accidentes y seguridad	Causados por camping, actividades agropecuarias, pesca deportiva	- Realizar un Check list para verificar el cumplimiento se las medidas propuestas para este impacto	Cantidad de medidas cumplidas	Check list	Cada 6 meses

#### 4.3.2.2. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA

El estudio de factibilidad económica es una herramienta que tiene como objetivo el determinar los costos materiales, técnicos y humanos, es decir el presupuesto en general, durante el desarrollo y la implementación del proyecto, la cual implica realizar un análisis relacionado con el costo y los beneficios, los mismos que contribuirán a determinar si es económicamente factible desarrollar dicho proyecto.

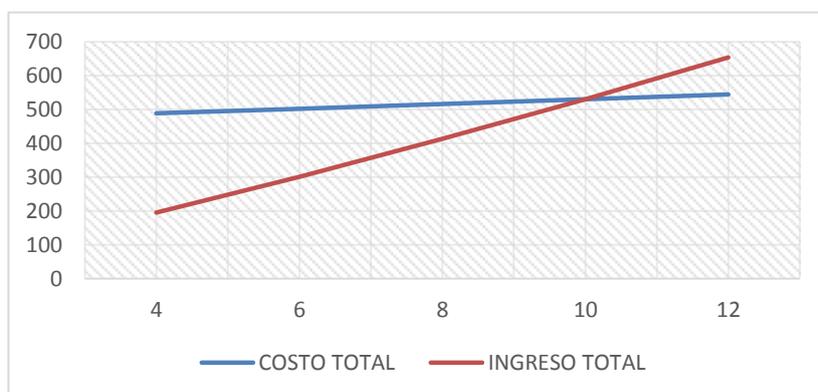
##### a) PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un sistema que se encuentra estructurado por una serie de fórmulas que permiten obtener resultados verídicos mediante el cálculo de los costos fijos y variables del proyecto, el cual permitirá determinar el total de paquetes que se deben vender para que el ingreso total y el costo total sean iguales.

Cuadro 4.53. Punto de equilibrio del itinerario 1

UNIDADES VENDIDAS	COSTO TOTAL	INGRESO TOTAL
4	488	195
6	502	301
8	516	413
10	530	530
12	544	653

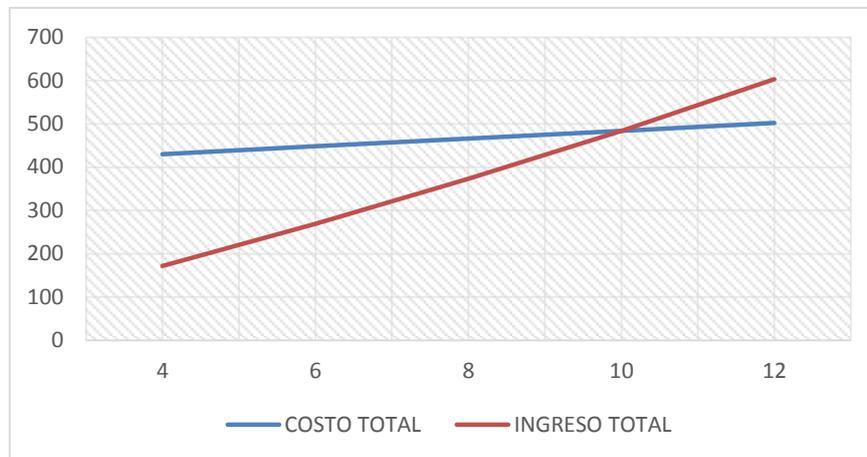
Gráfico 4.14. Punto de equilibrio del itinerario 1



Cuadro 4.54. Punto de equilibrio del itinerario 2

<b>UNIDADES VENDIDAS</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>INGRESO TOTAL</b>
4	430	172
6	448	269
8	466	373
10	484	484
12	502	603

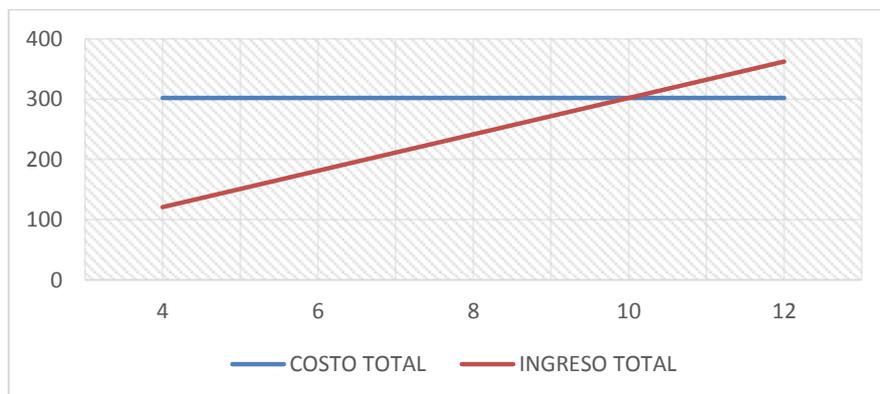
Gráfico 4.15. Punto de equilibrio del itinerario 2



Cuadro 4.55. Punto de equilibrio del itinerario 3

<b>UNIDADES VENDIDAS</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>INGRESO TOTAL</b>
4	301,95	121
6	301,95	181
8	301,95	242
10	301,95	302
12	301,95	362

Gráfico 4.16 Punto de equilibrio del itinerario 3



Según el análisis se determinó que en los 3 itinerarios se tendrá rentabilidad a partir de la venta de 10 paquetes turísticos.

#### 4.4. FASE IV: COMERCIALIZACIÓN

##### 4.4.1. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO

Las estrategias de comunicación y distribución tienen como objetivo dar a conocer el producto de turismo rural sostenible, a los futuros turistas, utilizando diferentes medios. Se determinaron ocho estrategias, cada una de estas con un objetivo, indicadores de frecuencia y la técnica a utilizar. Se tomó en consideración los medios más comunes que utilizan los turistas para buscar información sobre turismo rural sostenible (**Ver cuadro 4.56**)

En primer lugar se plantea como estrategia la creación y promoción a través de una página web, debido a que se deben tomar en cuenta medios de difusión globales, debido a que el producto está dirigido a un segmento internacional, el objetivo principal de esta estrategia es que el producto sea conocido fuera del territorio tanto nacional como internacional. El método para determinar la efectividad de esta estrategia será el número de turistas que adquieran el producto a través de este medio. Esta estrategia está estrechamente ligada a la inscripción de la página a los buscadores web como

Google, Yahoo, Trip Advisor, entre otros, puesto que dará mayor efectividad a la publicidad y permitirá al turista acceder de manera cómoda a la página del producto.

Se tomó en consideración también una estrategia de publicidad la asistencia a eventos y acontecimientos programados ya sean dentro y fuera de la provincia como la FITE (Feria Internacional de Turismo en Ecuador), entre otros, para esto se deberá contar con el calendario de eventos creado por el MINTUR, dentro del desarrollo de los eventos se deberá brindar la información necesaria para que el turista se interese en adquirir el producto.

A sí mismo de plantea como estrategia la suscripción a revistas de turismo, como la revista Transport, Ecuador Infinito, entre otras, para así dar a conocer el producto a través de publicaciones. Para esto se debe realizar una planificación para determinar el rango de acción de la publicada, puesto que se puede suscribir al producto en revistas de difusión internacional.

Otra de las estrategias planteadas es la creación de una marca para el producto, debido a que será necesario para plantar una diferencia en el mercado, a través de un logo, slogan, para así posicionar el producto en la mente de la demanda, esto da paso a las alianzas con los tour operadoras y agencias de viajes que se desenvuelven en el país como: Destino Travel, Ecuadorian Tour, Ecuador Club Travel, Metropolitan Touring, entre otros, puesto que de este modo se hará más eficiente el ofrecimiento del producto al turista.

Una de las estrategias planteadas a partir del resultado de las encuestas es la creación de alianzas con el MINTUR, gobiernos provincial y cantonal, puesto que se determinó que el medio de información más utilizado fueron los centros de información turística, el desarrollo del producto turístico está ligado estrechamente a la gestión del sector público, las oficinas de turismo son un punto importante debido a la publicidad de la oferta del destino turístico que realiza, teniendo una alianza se hará factible que el producto aparezca en la publicidad cantonal, provincial y nacional, esto fortalecerá la difusión del

producto. Por último se plantea como estrategia la publicidad a través de anuncios visuales, como banners, trípticos, los cuales serán distribuidos en los eventos y oficinas de turismo a nivel nacional.

Cuadro 4.56. Estrategias de comunicación y distribución

<b>ESTRATEGIAS</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICA</b>
Creación y promoción de una página web	Mostrar el producto a los turistas a través de la página web	Frecuencia de visitas a la página mensualmente	Internet
Suscripción en buscadores	Mostrar el producto a los turistas a través de la página web	trimestral	Internet
Eventos y acontecimientos programados	Vender el producto a través de eventos programados	Visitas a eventos trimestralmente	Exposición
Publicaciones en revistas turísticas	Dar a conocer el producto a través de publicaciones	Publicaciones cada tres meses	Redacción de artículos
Diseño de una imagen que lo diferencie en el mercado	Posicionar en las mentes de los turistas el producto		Diseño del logo
Alianzas estratégicas con tour operadoras y agencias de viajes	Vender el producto con ayuda de las operadoras de turismo	Semestral	Reuniones de reconocimiento de los paquetes turísticos
Alianzas con MINTUR, gobierno cantonal y provincial	Dar a conocer a los vínculos el producto	Trimestral	Reuniones
Anuncio visual	Dar a conocer el producto a través de publicidad visual	Semestral	Banners, trípticos, señalización turística

**Fuente:** elaboración de los autores

## **CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. CONCLUSIONES**

Según la investigación realizada los autores concluyen que:

- El inventario de los recursos turísticos existentes en la parroquia da como resultado un total de 5 recursos naturales y 5 culturales; siendo los más relevantes el embalse Poza Honda, El Túnel y el salto de agua El Desgraciado debido a las actividades que se pueden desarrollar en estos puntos.
- En el estudio del mercado se determinó en primer lugar la oferta turística de la parroquia, que arroja como resultado 204 plazas existentes en alojamiento y 398 en restauración.
- Se analizaron los factores internos del turismo de la parroquia Honorato Vásquez (fortaleza y debilidades) que determinó un total ponderado de 2,47 por debajo de su promedio, es decir, que la parroquia Honorato Vásquez muestra una posición interna débil a consecuencia de que no existe un adecuado proceso en la gestión de capacitación. Para el análisis de los factores externos del turismo de la parroquia Honorato Vásquez (oportunidades y amenazas), el total ponderado es de 1,81 por debajo de su promedio, es decir, que la parroquia Honorato Vásquez tiene una posición externa débil debido a que no aprovechan el crecimiento de las plazas de distribución como las operadoras de turismo. Se identificaron como competencia directa los cantones Bolívar y Pichincha, ya que poseen características similares y principalmente por la presencia de recursos similares al embalse Poza Honda.
- Se aplicaron 834 encuestas en la parroquia Canoa del cantón San Vicente y En el Centro Cívico Ciudad Alfaro del cantón Montecristi, lo cual permitió determinar que la edad promedio del turista esta entre los 26 y 45 años, estos ya han realizado turismo en áreas rurales y está dispuesto a practicarlo en las áreas rurales de Manabí. También se definió que los medios de información más útiles son la publicidad boca

a boca y las redes sociales. Las actividades que el turista está interesado en practicar son la pesca deportiva, el avistamiento de flora y fauna y senderismo.

- En el diseño del producto se estructuraron 3 itinerarios diferentes, realizando sus respectivos costeos para 4, 6, 8, 10 y 12 turistas.
- Para comprobar la viabilidad ambiental del producto se desarrolló en primer lugar una matriz Leopold donde se constató que la agregación de impactos dio como resultado 13 puntos, lo que significa que el producto es ambientalmente factible. Para comprobar la viabilidad económica del producto se desarrolló la fórmula del punto de equilibrio la cual reveló que en los 3 itinerarios se tendrá rentabilidad al vender a partir de 10 paquetes.
- A partir de la estructuración del producto se logró diversificar la oferta de servicios turísticos, lo que contribuirá a potenciar turismo y optimizar las condiciones socioeconómicas y ambientales la parroquia Honorato Vásquez del cantón Santa Ana.

## 5.2. RECOMENDACIONES

Los autores de la investigación recomiendan:

- Al MINTUR que realicen una actualización del inventario turístico de la parroquia Honorato Vásquez, puesto que en el inventario actual existen un sinnúmero de falencias sobre todo en la jerarquización de los recursos.
- Al GAD de Santa Ana, que desarrolle planes para desarrollar los puntos positivos y contrarrestar los negativos del turismo de la parroquia Honorato Vásquez.
- Al departamento de turismo del GAD de Santa Ana, que aplique las estrategias de comercialización aquí propuestas no solo para el desarrollo del producto propuesto, sino que al desarrollar nuevos proyectos turísticos en base a las necesidades y características del turista definido en esta investigación tengan en claro las estrategias de acción para introducirlos al mercado.
- Al Gobierno parroquial de Honorato Vásquez, que gestione programas de capacitación sobre temas relacionados al cuidado del medio ambiente a la población de la parroquia.
- A la academia, que profundice las variables conceptualizadas en la presente investigación, permitiendo la comprensión de un producto turístico sostenible.
- A los propietarios de los centros de alojamiento, que reconsideren la categoría de sus establecimiento, puesto que en general promocionan un alojamiento de cierta categoría mientras que el servicio que brindan y su infraestructura pertenecen a una categoría menor.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alfacrux, s.f. Diseño de productos turísticos Ecuador. Capítulo i Metodología del trabajo.
- Asamblea Constituyente. 2008. Constitución de la República del Ecuador. Título II, capítulo noveno, de las responsabilidades, art. 83 numeral 6.
- Barrera, E. 2006. TURISMO RURAL. Un agro negocio para el desarrollo de los territorios rurales. La experiencia de la Facultad de agronomía de la universidad de Buenos Aires. Facultad de Agronomía. Universidad de Buenos Aires
- Barbosa, M. 2007. La política del turismo cultural y el diseño de producto turístico para el turismo cultural. Caso: corredor turístico Bogotá-Boyacá-Santander Revista Escuela de Administración de Negocios, disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa>
- Biocomercio Andino. (s.f). Turismo Sostenible. Consultado en línea. Disponible en: <http://www.biocomercioecuador.ec/sectores-y-empresas/turismo-sostenible>
- Bravo, Y. et al. 2009. El despliegue de la función calidad en el diseño de productos turísticos con atractivos rurales. Revista de investigación en turismo y desarrollo local.
- Calvo, r; González, j. 2011. La creación de empresas de economía social en el modelo de desarrollo local: reflexiones sobre la divergencia actual del caso valenciano. Revista de Estudios Cooperativos. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. España
- Chérrez, R. 2012. La Actividad Turística y su Influencia en el Desarrollo Socioeconómico del Cantón Morona Provincia de Morona Santiago. Facultad de ciencias humanas y de la educación. Centro de estudios de posgrado. Maestría en gerencia de proyectos. De ecoturismo. Ambato.

Ecuador. Disponible en  
<http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/2611/MA-ECO-957.pdf?sequence=1>

Conde, E. Amaya, C. 2007. El producto hotelero: Visto como un conjunto de atributos tangibles e intangibles. Gestión Turística. Universidad Austral de Chile. Formato pdf. Disponible en:  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223314983006>

Conservación internacional Ecuador (s.f). Turismo Sostenible. Objetivos, importancia estrategias. Consultado en línea. Disponible en:  
<http://conservation.org.ec/contenidos/contenidos.php?recordID=18>

Fernández, K; River, J. 2005. Elaboración de un Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible en la comuna de La Primavera. Ingeniería comercial. Facultad de ciencias económicas y jurídicas. Universidad de Magallanes. Punta Arena. Chile.

Fluviá, M. et al. 2011. Precios implícitos de los atributos de los productos turísticos: ¿Qué esconde el efecto de la localización? Asociación Internacional de Economía Aplicada. España. Formato pdf. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30122405007>

Funcia, C. et al 2009. Metodología para la mejora o diseño de productos turísticos y su comercialización. República de Cuba. Ministerio de turismo. Sistema de formación de los profesionales del turismo. Formato pdf.

García, B. 2005. Características diferenciales del producto turismo rural Cuadernos de Turismo, núm. 15, enero-junio, 2005, pp. 113-133, Universidad de Murcia. España. Formato pdf. Disponible en:  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39801507>

Gobierno provincial de Manabí. 2008. Plan Estratégico Provincial de Turismo sostenible de Manabí.

- Guerrero, M. Pérez, Y. 2006?. Procedimiento para el proceso de comercialización en cadenas de tiendas.
- Henríquez, C; et al. 2010. Turismo y sus interacciones en las transformaciones del espacio rural. Revista Austral de Ciencias Sociales, núm. 18, 2010, pp. 21-31, Universidad Austral de Chile. Formato pdf. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=45920743002>
- Jiménez, P; Gómez, M. 2008. Turismo Activo y Outdoor Training: Metodología. RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte. España. Formato pdf. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71041307>
- Kotler, P; Bowen, J. y Makens, J. 1997. Mercadotecnia para Hotelería y Turismo. Editorial Prentice- Hall Hispanoamericana, México DF. Página 274.
- Leonardi, L. 2005. Construcción de tipologías para el turismo en áreas rurales. Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 14, núm. 3, septiembre. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Argentina. Formato pdf. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713883004>
- Lloret, M. et al. El turismo y su incidencia en el desarrollo local de villa clara. Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad Central Marta Abreu. Las Villas. CUBA.
- Machado, E. 2006. Diseño de productos turísticos integrados. Aplicación a la Región Central. Universidad Central de Las Villas "Marta Abreu". República de Cuba.
- Machado, E; Hernández, Y. 2008. Del turismo contemplativo al turismo activo. El Periplo Sustentable. Universidad Autónoma del Estado de México. México. Formato pdf. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193415512005>

- Martínez, E; Vargas, E; Castillo, M; Zizumbo, L. 2011. Turismo y sustentabilidad. Una reflexión epistemológica. Estudios y Perspectivas en Turismo. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Argentina. Disponible en Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180717583008>
- Mercado, H. Palmerín, M. s.f. La internacionalización de las pequeñas y medianas empresas.
- MNTUR. 2006. Turismo sostenible y eliminación de la pobreza. Primer taller latinoamericano sobre estrategias nacionales de turismo. Sistema de Naciones Unidas, PNUD y el Programa ST-EP (Sustainable Tourism for the Eradication of Poverty), de la Organización Mundial del Turismo
- MINTUR. 2007. PLANDETUR 2020. Informe final. <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- OMT Organización Mundial del Turismo. 2006. Introducción al Turismo OMT. Consultado en línea. Disponible en [http://snap3.uas.mx/RECURSO1/LibrosElectronicos/turismo/Introduccion\\_al\\_turismo.pdf](http://snap3.uas.mx/RECURSO1/LibrosElectronicos/turismo/Introduccion_al_turismo.pdf)
- OMT. PNUMA. 2006. Por un turismo más sostenible. Guía Para responsables políticos. Formato PDF.
- ONU.1987. Our Common Future. Reporte de la Comisión Mundial de Ambiente y Desarrollo. Formato pdf. Disponible en: [http://conspect.nl/pdf/Our\\_Common\\_Future-Brundtland\\_Report\\_1987.pdf](http://conspect.nl/pdf/Our_Common_Future-Brundtland_Report_1987.pdf)
- Pérez, S. 2010. El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. Agronomía Colombiana. Universidad Nacional de Colombia. Formato pdf. Disponible en: Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180320698018>

- Rigol, L; Pérez R. 2011. La gestión de la demanda turística como concepto. Universidad de Holguín. Cuba
- Rodríguez, M. Perelló, J. 2010. Diseño de una ruta turística de interpretación cultural para la Promoción y el desarrollo local de la etnia aborigen warao en el estado delta Amacuro, Venezuela
- Rodríguez, R. 2006. Desarrollo de productos turísticos. Universidad de la Habana. Centro de estudios turísticos. La Habana, Cuba. Consultado en líneas. Disponible en <http://ftur.uh.cu/intra/ftp/Materiales%20docentes/3er%20a%F1o/Turismo%20y%20Hospitalidad%20VII/Gest%20Destinos%20Tur%EDsticos/4-Monograf%EDa%20Desarrollo%20de%20Productos%20Tur%EDsticos.pdf>
- Salinas, E; Medina, N. 2009. Los productos turísticos, pilares de la comercialización: Dos ejemplos del centro histórico de la Habana, Cuba. Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 18. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Argentina. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180714240007>
- SECTUR. 2002. Dirección General de Desarrollo de Productos Turísticos. Mexico
- SENPLADES. 2010. Zona de planificación 4. Provincias de Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas. Agenda Zonal para el Buen Vivir. Propuestas de Desarrollo y Lineamientos para el Ordenamiento Territorial. Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.
- SENPLADES. 2013. Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Formato pdf. Disponible en [www.buenvivir.gob.ec](http://www.buenvivir.gob.ec)
- Suarez, Y. 2012. Propuesta de un procedimiento para el diseño de Productos excursiones en agencias de viajes. Revista de investigación en turismo y desarrollo local.

- Valadez, Stephany; Conde Ernesto. 2011. La integración de la oferta turística a partir del Capital intelectual. Revista de investigación en turismo y desarrollo local. Vol 4, Nº 11
- Vargas, T. et al. 2010. Metodología para el diagnóstico de la capacitación en el turismo sostenible con enfoque de organización que aprende. Revista de investigación en turismo y desarrollo local.
- Velásquez, E. 2009. Calidad de la gestión administrativa de la facultad de ciencias económicas y administrativas de la universidad nacional de Itapúa. Doctorado en Gestión Educacional. Formato pdf.
- Vila, A. et al. 2012. El turismo activo como modalidad turística en expansión. Análisis de la oferta de turismo activo en España Contabilidad y Negocios. Departamento Académico de Ciencias Administrativas. Lima, Perú. Formato pdf. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281623577006>
- Villalva, D. 2011. Diseño de productos turísticos sostenibles para el cantón Cumandá de la provincia de Chimborazo. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Facultad de Recursos naturales. Escuela de ingeniería Ecoturismo.

**ANEXOS**

## Anexo 1. Formato de encuesta para determinar el segmento de mercado



## ENCUESTA PARA CARACTERIZAR DE LA DEMANDA POTENCIAL



La presente encuesta tiene por objetivo determinar el perfil del visitante al que estará dirigido un producto turístico sustentable en la zona rural del cantón Santa Ana de Manabí, agradecemos su colaboración la cual será de gran importancia para la ejecución de nuestra investigación.

Sexo:	<input type="checkbox"/> Hombre	<input type="checkbox"/> Mujer									
Edad:	<input type="checkbox"/> Hasta 25	<input type="checkbox"/> 26 a 45	<input type="checkbox"/> Más de 46								
Ciudad/país de procedencia:	_____										
Estado civil:	<input type="checkbox"/> Soltero (a)	<input type="checkbox"/> Casado(a)	<input type="checkbox"/> Viudo(a)	<input type="checkbox"/> Divorciado(a)							
Profesión:	<input type="checkbox"/> Sin cualificar superior	<input type="checkbox"/> Cualificado	<input type="checkbox"/> Administrativo	<input type="checkbox"/> Técnico medio	<input type="checkbox"/> Técnico superior	<input type="checkbox"/> Director, gerente	<input type="checkbox"/> Autónomo	<input type="checkbox"/> Empresario	<input type="checkbox"/> Agricultor, ganadero	<input type="checkbox"/> Jubilado, pensionista	<input type="checkbox"/> Ama de casa

1.- ¿Ha realizado en alguna ocasión turismo en áreas rurales?

Si  no

2.- ¿A través de qué medios ha obtenido información sobre lugares de turismo rural?

Amigos  
 Medios de comunicación  
 oficinas de turismo  
 Otros \_\_\_\_\_

3.- ¿Grado de interés que presentan las siguientes actividades turísticas?

	ALTO	MEDIO	BAJO
Pesca deportiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Avistamiento de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Actividades agropecuarias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Senderismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Elaboración de artesanías	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tradición oral	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Actividades acuáticas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras _____			

4.- ¿Estaría dispuesto a practicar turismo rural en la provincia de Manabí?

Si  no

5.- ¿Cuál es la duración deseable al realizar turismo rural?

Fin de semana  
 Una semana  
 Quince días  
 Más tiempo

6.- Al realizar sus viajes usualmente los hace:

Solo  
 En pareja  
 Con amigos  
 Con familia

7.- Que tipo de alojamiento le gustaría encontrar en productos turísticos en áreas rurales:

Hostería en cabañas rústicas \_\_  
 Hospedaje en el caserío \_\_  
 Hotel/Hostal con todo el confort \_\_  
 Camping \_\_  
 Otro: \_\_\_\_\_

8.- ¿Cuál es el presupuesto en dólares que planea gastar al realizar turismo en áreas rurales?

25 - 50  
 51 - 75  
 76 - 100  
 Más de 100 dólares

## Anexo 2. Formato de ficha de inventario y evaluación de recursos turísticos



<b>DATOS GENERALES</b>			
<b>ENCUESTADOR:</b>		<b>FICHA No.</b>	
<b>SUPERVISOR EVALUADOR:</b>		<b>FECHA:</b>	
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>			
<b>CATEGORÍA: NATURAL</b>			
<b>TIPO: MONTAÑA</b>		<b>SUBTIPO:</b>	
<b>UBICACIÓN</b>			
<b>PROVINCIA:</b>		<b>CIUDAD Y/O CANTÓN: Santa Ana</b>	
<b>CALLE:</b>		<b>PARROQUIA: Honorato Vásquez</b>	
<b>NUMERO:</b>		<b>LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:</b>	<b>LATITUD:</b>
			<b>LONGITUD:</b>
<b>CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:</b>			
<b>NOMBRE DEL POBLADO:</b>		<b>DISTANCIA (Km.):</b>	
<b>NOMBRE DEL POBLADO:</b>		<b>DISTANCIA (Km.):</b>	

**FOTOGRAFÍAS DEL RECURSO: (Se requieren mínimo 4).**

**CALIDAD**

<b>VALOR INTRÍNSECO</b>				
<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>				
<b>ALTURA</b>	<b>MIN:</b>	<b>TEMPERATURA</b>	<b>MIN:</b>	<b>PRECIPITACIÓN. PLUVIOMÉTRICA:</b>
	<b>MAX</b>		<b>MAX:</b>	
	:			
<b>DESCRIPCIÓN:</b>				
<b>EVALUACIÓN</b>				
<b>SITIOS NATURALES</b>	<b>SITIOS CULTURALES</b>	<b>PUNTAJE</b>	<b>VALOR</b>	
Atractividad; belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el atractivo	Atractividad; belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el atractivo	0 a 4		
Grado de interacción de los elementos del paisaje (abiótico, biótico y antrópico).	El potencial arqueológico, artístico, histórico y/o etnológico del elemento patrimonial en función de su relación con el entorno y las características propias del atractivo	0 a 3		
Especies de flora y/o fauna endémicas y otra especies interesantes que complementan las anteriores	Rareza que el elemento presenta en relación con las características propias de la clase o tipo a la que pertenece	0 a 3		
Grado en que el elemento natural presenta las características o atributos propios del grupo al que pertenece.	Grado en que el elemento patrimonial presenta las características o atributos propios del grupo al que pertenece.	0 a 3		
Contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio natural.	Contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio cultural.	0 a 2		
<b>PUNTAJE TOTAL</b>		<b>15</b>		

**VALOR EXTRÍNSECO****USOS (SIMBOLISMO)****ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL RECURSO**

SITIOS NATURALES Y CULTURALES	PUNTAJE	VALOR
Conservado	10	
No alterado	8	
Alterado	6	
En proceso de deterioro	4	
Deteriorado	2	

CAUSAS:

**ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO DEL RECURSO**

SITIOS NATURALES Y CULTURALES	PUNTAJE	VALOR
Conservado	10	
No alterado	8	
Alterado	6	
En proceso de deterioro	4	
Deteriorado	2	

CAUSAS:

**ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)****EVALUACIÓN**

SITIOS NATURALES	SITIOS CULTURALES	PUNTAJE	VALOR
Atractividad; belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el atractivo	Importancia social del uso actual	0 a 7	
Importancia económica del uso actual	Importancia económica del uso actual	0 a 5	
contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio natural	contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio cultural	0 a 3	
Puntaje total		15	

APOYO										
INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO										
ESTADO DE VÍAS					FRECUENCIA					
Tipo	Subtipo	Bueno	Regular	Malo	Transporte	Diario	Semanal	Mensual	Eventual	Temporalidad de acceso
Terrestre	Asfaltado				Bus					Días al año: 365
	Lastrado				Automóvil					
	Empedrado				4 x 4					
	Sendero				Tren					
Acuático	Marítimo				Barco					Días al mes: 30
					Bote					
	Fluvial				Canoa					
Aéreo					Avión					Horas al día: 24
					Avioneta					
					Helicóptero					

EVALUACIÓN			
SITIOS NATURALES Y CULTURALES		PUNTAJE	VALOR
Estado de las vías		0 - 5	
Frecuencia del transporte		0 - 3	
Temporalidad de acceso		0 - 2	
Puntaje total		10	

INFRAESTRUCTURA BÁSICA												
AGUA:						ENERGÍA ELÉCTRICA:						
ALCANTARILLADO:						TELECOMUNICACIONES:						
FACILIDADES TURÍSTICAS												
CATEGORÍAS	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA			
	No. Establ.	Plazas	No. Establ.	Plazas	No. Establ.	Plazas	No. Establ.	Plazas	No. Establ.	Plazas		
Alojamiento												
Alimentación												
Esparcimiento												
Agencia de viaje			<input type="checkbox"/>	Almacenes de artesanías			<input type="checkbox"/>	Otros			<input type="checkbox"/>	
Correos			<input type="checkbox"/>	Guianza			<input type="checkbox"/>					
EVALUACIÓN												
SITIOS NATURALES				SITIOS CULTURALES				PUNTAJE	VALOR			
Posee todos los servicios básicos***				Posee todos los servicios básicos***				0 a 3				
Alojamiento: servicios complementarios y equipamiento)***				Alojamiento: servicios complementarios y equipamiento)***				0 a 3				
Alimentación: servicios complementarios y equipamiento)***				Alimentación: servicios complementarios y equipamiento)***				0 a 2				
Esparcimiento: Actividades recreacionales pasivas (interpretación, observación de flora y fauna, etc.)				Esparcimiento: Actividades recreacionales pasivas (interpretación, observación)				0 a 2				
Puntaje total							10					
*** Se irá asignando menor puntaje de acuerdo por la falta de servicios												

**ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS****NOMBRE:****DISTANCIA:****EVALUACIÓN**

<b>SITIOS NATURALES Y CULTURALES</b>	<b>PUNTAJE</b>	<b>VALOR</b>
Integración con varios atractivos (3 o más)	5,5	
Integración con pocos atractivos (2 o menos)	2,5	
No está integrado a otro atractivo	2	

**SIGNIFICADO****DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:**

LOCAL

NACIONAL

PROVINCIAL

INTERNACIONAL

**EVALUACIÓN**

<b>SITIOS NATURALES Y CULTURALES</b>	<b>PUNTAJE</b>	<b>VALOR</b>
Internacional ***	12	
Nacional ***	7	
Provincial***	4	
Local***	2	
	Puntaje total	25

\*\*\* El puntaje es acumulativo de 2 a 25, se irá sumando de acuerdo al ámbito de difusión del atractivo

## Anexo 3. Costeo del primer itinerario

<b>COSTEO 4 PAX</b>			
Guía	C.V	150	por 3 días
Transporte terrestre	C.V	180	por 3 días
Transporte a la casa de los abuelos	C.V	12	recorrido/6 bicicletas
Transporte salto el desgraciado	C.V	16	recorrido/6 caballos
Alojamiento en cabañas NEVIS	C.F	32	por 1 día
Alojamiento en hostería San Valentín	C.F	28	por 1 día
Alimentación	C.F	98	por 3 días
Alojamiento guía y Chofer	C.F	30	por 3 días
Alimentación guía y Chofer	C.F	49	por 3 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales	10%
		C.V = 358	
		C.F = 237	
		P.T.O = C.V + C.F + (10% G.G)	
		<b>P.T.O = 654,5</b>	
		<b>P.T.O. + 10% UTILIDAD 654,5+65,45</b>	
		<b>P.V.P. = 719,95</b>	
		<b>VALOR POR PASAJERO 180</b>	

<b>COSTEO 6 PAX</b>			
Guía	C.V	150	por 3 días
Transporte terrestre	C.V	180	por 3 días
Transporte a la casa de los abuelos	C.V	18	recorrido/6 bicicletas
Transporte salto el desgraciado	C.V	24	recorrido/6 caballos
Alojamiento en cabañas NEVIS	C.F	48	por 1 día
Alojamiento en hostería San Valentín	C.F	42	por 1 día
Alimentación	C.F	147	por 3 días
Alojamiento guía y Chofer	C.F	30	por 3 días
Alimentación guía y Chofer	C.F	49	por 3 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales	10%
		C.V = 372	
		C.F = 316	
		P.T.O = C.V + C.F + (10% G.G)	
		<b>P.T.O = 756,8</b>	
		<b>P.T.O. + 10% UTILIDAD 756,8+75,68</b>	
		<b>P.V.P. = 832,48</b>	
		<b>VALOR POR PASAJERO 139</b>	

<b>COSTEO 8 PAX</b>		
Guía	C.V	\$ 150 por 3 días
Transporte terrestre	C.V	\$ 180 por 3 días
Transporte a la casa de los abuelos	C.V	\$ 24 recorrido/8 bicicletas
Transporte salto el desgraciado	C.V	\$ 32 recorrido/8 caballos
Alojamiento en cabañas NEVIS	C.F	\$ 64 por 1 día
Alojamiento en hostería San Valentín	C.F	\$ 56 por 1 día
Alimentación	C.F	\$ 196 por 3 días
Alojamiento guía y Chofer	C.F	\$ 30 por 3 días
Alimentación guía y Chofer	C.F	\$ 49 por 3 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales 10%
	C.V =	\$ 386
	C.F =	\$ 395
	P.T.O =	C.V + C.F + (10% G.G)
	<b>P.T.O =</b>	<b>859,1</b>
	<b>P.T.O. + 10% UTILIDAD</b>	<b>894,3 + 89,43</b>
	<b>P.V.P. =</b>	<b>948,53</b>
	<b>VALOR POR PASAJERO</b>	<b>\$ 119</b>

<b>COSTEO 10 PAX</b>		
Guía	C.V	\$ 150 por 3 días
Transporte terrestre	C.V	\$ 180 por 3 días
Transporte a la casa de los abuelos	C.V	\$ 30 recorrido/10bicicletas
Transporte salto el desgraciado	C.V	\$ 40 recorrido/10 caballos
Alojamiento en cabañas NEVIS	C.F	\$ 80 por 1 día
Alojamiento en hostería San Valentín	C.F	\$ 70 por 1 día
Alimentación	C.F	\$ 245 por 3 días
Alojamiento guía y Chofer	C.F	\$ 30 por 3 días
Alimentación guía y Chofer	C.F	\$ 49 por 3 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales 10%
	C.V =	\$ 400
	C.F =	\$ 474
	P.T.O =	C.V + C.F + (10% G.G)
	<b>P.T.O =</b>	<b>961,4</b>
	<b>P.T.O. + 10% UTILIDAD</b>	<b>961,4 + 96,14</b>
	<b>P.V.P. =</b>	<b>1057,54</b>
	<b>VALOR POR PASAJERO</b>	<b>\$ 106</b>

<b>COSTEO 12 PAX</b>			
Guía	C.V	\$ 150	por 3 días
Transporte terrestre	C.V	\$ 180	por 3 días
Transporte a la casa de los abuelos	C.V	\$ 36	recorrido/12bicicletas
Transporte salto el desgraciado	C.V	\$ 48	recorrido/12 caballos
Alojamiento en cabañas NEVIS	C.F	\$ 96	por 1 día
Alojamiento en hostería San Valentín	C.F	\$ 84	por 1 día
Alimentación	C.F	\$ 294	por 3 días
Alojamiento guía y Chofer	C.F	\$ 30	por 3 días
Alimentación guía y Chofer	C.F	\$ 49	por 3 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales	10%
	C.V =	\$ 414	
	C.F =	\$ 553	
	P.T.O =	C.V + C.F + (10% G.G)	
	<b>P.T.O =</b>	<b>1063,7</b>	
	<b>P.T.O. + 10% UTILIDAD</b>	<b>1063,7+ 106,37</b>	
	<b>P.V.P. =</b>	<b>1170,07</b>	
	<b>VALOR POR PASAJERO</b>	<b>\$ 98</b>	

## Anexo 4. Costeo del segundo itinerario

<b>COSTEO 4 PAX</b>			
Guía	C.V	\$ 100	por 2 días
Transporte terrestre	C.V	\$ 120	por 2 días
Transporte Poza Honda	C.V	\$ 100	recorrido/1 canoa por 2 días
Transporte Poza Honda	C.V	\$ 16	recorrido/4caballos
implementos de pesca deportiva	C.V	\$ 20	por 1 día
Alojamiento en hostería San Valentín	C.F	\$ 20	camping/8 carpas por 1 día
Alimentación	C.F	\$ 66	por 2 días
Alojamiento guía y Chofer	C.F	\$ 13	por 2 días
Alimentación guía y Chofer	C.F	\$ 33	por 2 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales	10%
	C.V =	\$ 356	
	C.F =	\$ 132	
	P.T.O =	C.V + C.F + (10% G.G)	
	<b>P.T.O =</b>	<b>536,8</b>	
	<b>P.T.O. + 10% UTILIDAD</b>	<b>536,8 + 53,68</b>	
	<b>P.V.P. =</b>	<b>590,48</b>	
	<b>VALOR POR PASAJERO</b>	<b>\$ 148</b>	

<b>COSTEO 6 PAX</b>			
Guía	C.V	\$ 100	por 2 días
Transporte terrestre	C.V	\$ 120	por 2 días
Transporte Poza Honda	C.V	\$ 100	recorrido/1 canoa por 2 días
Transporte Poza Honda	C.V	\$ 24	recorrido/6 caballos
implementos de pesca deportiva	C.V	\$ 30	por 1 día
Alojamiento en hostería San Valentín	C.F	\$ 30	camping/8 carpas por 1 día
Alimentación	C.F	\$ 99	por 2 días
Alojamiento guía y Chofer	C.F	\$ 13	por 2 días
Alimentación guía y Chofer	C.F	\$ 33	por 2 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales	10%
	C.V =	\$ 374	
	C.F =	\$ 175	
	P.T.O =	C.V + C.F + (10% G.G)	
	<b>P.T.O =</b>	<b>603,9</b>	
	<b>P.T.O. + 10% UTILIDAD</b>	<b>603,9 + 60,39</b>	
	<b>P.V.P. =</b>	<b>664,29</b>	
	<b>VALOR POR PASAJERO</b>	<b>\$ 111</b>	

<b>COSTEO 8 PAX</b>			
Guía	C.V	\$ 100	por 2 días
Transporte terrestre	C.V	\$ 120	por 2 días
Transporte Poza Honda	C.V	\$ 100	recorrido/1 canoa por 2 días
Transporte Poza Honda	C.V	\$ 32	recorrido/8 caballos
implementos de pesca deportiva	C.V	\$ 40	por 1 día
Alojamiento en hostería San Valentín	C.F	\$ 40	camping/8 carpas por 1 día
Alimentación	C.F	\$ 132	por 2 días
Alojamiento guía y Chofer	C.F	\$ 13	por 2 días
Alimentación guía y Chofer	C.F	\$ 33	por 2 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales	10%
	C.V = \$ 392		
	C.F = \$ 218		
	P.T.O = C.V + C.F + (10% G.G)		
	<b>P.T.O = 671</b>		
	<b>P.T.O. + 10% UTILIDAD 610 + 61</b>		
	<b>P.V.P. = 738,1</b>		
	<b>VALOR POR PASAJERO \$ 92</b>		

<b>COSTEO 10 PAX</b>			
Guía	C.V	\$ 100	por 2 días
Transporte terrestre	C.V	\$ 120	por 2 días
Transporte Poza Honda	C.V	\$ 100	recorrido/1 canoa por 2 días
Transporte Poza Honda	C.V	\$ 40	recorrido/8 caballos
implementos de pesca deportiva	C.V	\$ 50	por 1 día
Alojamiento en hostería San Valentín	C.F	\$ 50	camping/8 carpas por 1 día
Alimentación	C.F	\$ 165	por 2 días
Alojamiento guía y Chofer	C.F	\$ 13	por 2 días
Alimentación guía y Chofer	C.F	\$ 33	por 2 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales	10%
	C.V = \$ 410		
	C.F = \$ 261		
	P.T.O = C.V + C.F + (10% G.G)		
	<b>P.T.O = 738,1</b>		
	<b>P.T.O. + 10% UTILIDAD 738,1 + 73,81</b>		
	<b>P.V.P. = 811,91</b>		
	<b>VALOR POR PASAJERO \$ 81</b>		

<b>COSTEO 12 PAX</b>			
Guía	C.V	\$ 100	por 2 días
Transporte terrestre	C.V	\$ 120	por 2 días
Transporte Poza Honda	C.V	\$ 100	recorrido/1 canoa por 2 días
Transporte Poza Honda	C.V	\$ 48	recorrido/12 caballos
implementos de pesca deportiva	C.V	\$ 60	por 1 día
Alojamiento en hostería San Valentín	C.F	\$ 60	camping/8 carpas por 1 día
Alimentación	C.F	\$ 198	por 2 días
Alojamiento guía y Chofer	C.F	\$ 13	por 2 días
Alimentación guía y Chofer	C.F	\$ 33	por 2 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales	10%
	C.V =	\$ 428	
	C.F =	\$ 304	
	P.T.O =	C.V + C.F + (10% G.G)	
	<b>P.T.O =</b>	<b>805,2</b>	
	<b>P.T.O. + 10% UTILIDAD</b>	<b>805,2 + 80,52</b>	
	<b>P.V.P. =</b>	<b>885,72</b>	
	<b>VALOR POR PASAJERO</b>	<b>\$ 74</b>	

## Anexo 5. Costeo del tercer itinerario

<b>COSTEO 4 PAX</b>		
Guía	C.V	\$ 100 por 2 días
Transporte terrestre	C.V	\$ 120 por 2 días
Alojamiento en la Quinkigua	C.F	\$ 32 por 1 día
Alimentación	C.F	\$ 70 por 2 días
Alojamiento guía y Chofer	C.F	\$ 16 por 2 días
Alimentación guía y Chofer	C.F	\$ 33 por 2 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales 10%
C.V = \$ 220		
C.F = \$ 151		
P.T.O = C.V + C.F + (10% G.G)		
<b>P.T.O = 408,1</b>		
<b>P.T.O. + 10% UTILIDAD 408,1 + 40,81</b>		
<b>P.V.P. = 448,91</b>		
<b>VALOR POR PASAJERO \$ 112</b>		

<b>COSTEO 6 PAX</b>		
Guía	C.V	\$ 100 por 2 días
Transporte terrestre	C.V	\$ 120 por 2 días
Alojamiento en la Quinkigua	C.F	\$ 48 por 1 día
Alimentación	C.F	\$ 105 por 2 días
Alojamiento guía y Chofer	C.F	\$ 16 por 2 días
Alimentación guía y Chofer	C.F	\$ 33 por 2 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales 10%
C.V = \$ 220		
C.F = \$ 202		
P.T.O = C.V + C.F + (10% G.G)		
<b>P.T.O = 464,2</b>		
<b>P.T.O. + 10% UTILIDAD 464,2 + 46,42</b>		
<b>P.V.P. = 510,62</b>		
<b>VALOR POR PASAJERO \$ 85</b>		

<b>COSTEO 8 PAX</b>			
Guía	C.V	\$ 100	por 2 días
Transporte terrestre	C.V	\$ 120	por 2 días
Alojamiento en la Quinkigua	C.F	\$ 64	por 1 día
Alimentación	C.F	\$ 140	por 2 días
Alojamiento guía y Chofer	C.F	\$ 16	por 2 días
Alimentación guía y Chofer	C.F	\$ 33	por 2 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales	10%
		C.V =	\$ 220
		C.F =	\$ 253
		P.T.O =	C.V + C.F + (10% G.G)
		<b>P.T.O =</b>	<b>520,3</b>
		<b>P.T.O. + 10% UTILIDAD</b>	<b>520,3 + 52,03</b>
		<b>P.V.P. =</b>	<b>572,33</b>
		<b>VALOR POR PASAJERO</b>	<b>\$ 72</b>

<b>COSTEO 10 PAX</b>			
Guía	C.V	\$ 100	por 2 días
Transporte terrestre	C.V	\$ 120	por 2 días
Alojamiento en la Quinkigua	C.F	\$ 80	por 1 día
Alimentación	C.F	\$ 175	por 2 días
Alojamiento guía y Chofer	C.F	\$ 16	por 2 días
Alimentación guía y Chofer	C.F	\$ 33	por 2 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales	10%
		C.V =	\$ 220
		C.F =	\$ 304
		P.T.O =	C.V + C.F + (10% G.G)
		<b>P.T.O =</b>	<b>576,4</b>
		<b>P.T.O. + 10% UTILIDAD</b>	<b>576,4 + 57,64</b>
		<b>P.V.P. =</b>	<b>634,04</b>
		<b>VALOR POR PASAJERO</b>	<b>\$ 63</b>

<b>COSTEO 12 PAX</b>			
Guía	C.V	\$ 100	por 2 días
Transporte terrestre	C.V	\$ 120	por 2 días
Alojamiento en la Quinkigua	C.F	\$ 96	por 1 día
Alimentación	C.F	\$ 210	por 2 días
Alojamiento guía y Chofer	C.F	\$ 16	por 2 días
Alimentación guía y Chofer	C.F	\$ 33	por 2 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales	10%
		C.V =	\$ 220
		C.F =	\$ 355
		P.T.O =	C.V + C.F + (10% G.G)
		<b>P.T.O =</b>	<b>632,5</b>
		<b>P.T.O. + 10% UTILIDAD</b>	<b>632,5 + 63,25</b>
		<b>P.V.P. =</b>	<b>695,75</b>
		<b>VALOR POR PASAJERO</b>	<b>\$ 58</b>

