



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

DIRECCIÓN DE CARRERA: INGENIERÍA EN TURISMO

**INFORME DE TRABAJO DE TITULACIÓN
PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS
EN TURISMO**

MODALIDAD:

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**EVALUACIÓN DE LA POTENCIALIDAD PARA EL DISEÑO DE
PRODUCTOS DE TURISMO ALTERNATIVO EN LA ZONA
CENTRO DE MANABÍ**

AUTORES:

**JONNY FERNANDO MONCAYO SOLÓRZANO
KARLA VALENTINA MURILLO MOREIRA**

TUTOR:

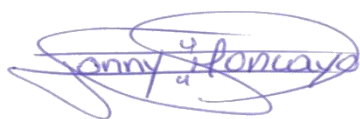
ING. IVÁN MENDOZA MONTESDEOCA, Mg.

CALCETA, FEBRERO 2021

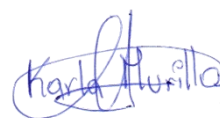
DERECHOS DE AUTORÍA

Yo **Jonny Fernando Moncayo Solórzano** con cédula de ciudadanía 1723862619 y **Karla Valentina Murillo Moreira** con cédula de ciudadanía 1314762855, declaramos bajo juramento que el Trabajo de Titulación titulado: **evaluación de la potencialidad para el diseño de productos de turismo alternativo en la zona centro de Manabí** 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, concedemos a favor de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos, conservando a nuestro favor todos los derechos patrimoniales de autores sobre la obra, en conformidad con el Artículo 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.



JONNY F. MONCAYO SOLÓRZANO



KARLA V. MURILLO MOREIRA

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

Ing. Iván Mendoza Montesdeoca, Mg, certifica haber tutelado el proyecto **EVALUACIÓN DE LA POTENCIALIDAD PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS DE TURISMO ALTERNATIVO EN LA ZONA CENTRO DE MANABÍ**, que ha sido desarrollada por **Jonny Fernando Moncayo Solórzano y Karla Valentina Murillo Moreira**, previo a la obtención del título de Ingenieros en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN ESPECIAL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.



ING. IVÁN MENDOZA MONTESDEOCA, Mg.

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el trabajo de titulación **EVALUACIÓN DE LA POTENCIALIDAD PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS DE TURISMO ALTERNATIVO EN LA ZONA CENTRO DE MANABÍ**, que ha sido propuesto y desarrollado por **Jonny Fernando Moncayo Solórzano y Karla Valentina Murillo Moreira**, previa la obtención del título de Ingenieros en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN ESPECIAL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

ING. MARIBEL MEJÍA., Mg

MIEMBRO

Ph.D. MARÍA FERNANDA GARZÓN., Mg

MIEMBRO

ING. YAMIL DOUMET CHILÁN., Mg.

PRESIDENTE

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que me dio la oportunidad de una educación superior de calidad y en la cual he forjado mis conocimientos profesionales día a día;

A Dios por proveer la sabiduría y guiarme para tomar las decisiones correctas en este largo camino y darme la oportunidad de realizarme profesionalmente.

A mis padres por su constante apoyo y esfuerzo que me brindaron durante esta trayectoria y por jamás dejar de creer en que podía lograrlo. A mi esposo por apoyarme y darme valentía cuando las cosas se ponían difíciles y por siempre convencerme de que podía llegar lejos.

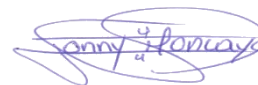
A la carrera de turismo y sus docentes quienes gracias a sus conocimientos y enseñanzas me formaron como una profesional integra.



**KARLA VALENTINA
MURILLO MOREIRA**

A Dios por brindarme esa confianza para seguir con mis estudios superiores y sobre todo por darme la fortaleza necesaria para luchar con dedicación por mis metas propuestas. Por poner en mi camino a mi hija por ser la persona que me inspira en todo lo que hago.

A mi familia por el apoyo brindado que ha sido fundamental para mi preparación profesional. A todas y cada una de las personas que directa e indirectamente colaboraron para que se pudiera culminar satisfactoriamente este trabajo, en especial el Ingeniero Iván Mendoza por ser quien colaboró y guió en todo el transcurso de la investigación.



**JONNY FERNANDO
MONCAYO SOLÓRZANO**

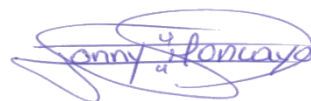
DEDICATORIA

A mis padres y esposo por siempre apoyarme y guiarme durante este largo camino, gracias por ser el pilar que me motiva a seguir adelante y luchar por mis sueños y por nunca dejar de creer en que podía lograrlo.



**KARLA VALENTINA
MURILLO MOREIRA**

El presente trabajo de investigación está dedicado principalmente a Dios, ya que gracias a su bondad tuvimos la fortaleza para seguir adelante con el desarrollo de este, se lo dedicamos con mucho amor a nuestra familia quienes nos formaron como personas integras con valores y virtudes que han servido para realizar este trabajo de investigación de forma honesta y responsable. De la misma forma se le agradece a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí y con ella nuestra prestigiada carrera de Turismo, a nuestros maestros quienes nos han inculcado muchos conocimientos que servirán para nuestras vidas profesionales



**JONNY FERNANDO
MONCAYO SOLÓRZANO**

CONTENIDO GENERAL

Derechos de autoría.....	ii
Certificación del tutor.....	iii
Aprobación del tribunal.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Contenido general.....	vii
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	1
1.1. Planteamiento y formulación del problema	1
1.2. Justificación.....	6
1.3. Objetivos.....	9
1.4. Idea a defender.....	9
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	10
2.1. Evolución del turismo alternativo.....	10
2.2. Turismo alternativo y diversificación de la oferta.....	13
2.3. Desarrollo rural mediante el turismo	20
2.4. Turismo alternativo rural en la conservación del patrimonio.....	22
2.5. Gestión sostenible para territorios rurales.....	24
2.6. Aprovechamiento del potencial turístico rural para el diseño de nuevos productos.....	26
2.7. Metodologías para evaluar el potencial turístico rural	28
CAPÍTULO II. DESARROLLO METODOLÓGICO.....	31
3.1. Antecedentes metodológicos.....	31
3.2. Procedimiento metodológico.....	35
3.3. Descripción de la metodología propuesta.....	36
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	40
4.1. Fase I. Análisis del territorio turístico	40
4.1.1. Análisis de los atractivos y servicios turístico.....	48
4.1.1.1. Cantón Bolívar	41
4.1.1.2. Cantón Chone	45
4.1.1.3. Cantón Junín	48
4.1.1.4. Cantón Tosagua.....	52
4.1.2. Análisis de la inversión público y privada.....	54
4.1.2.1. Inversión pública	54
4.1.2.2. Inversión privada	58
4.1.2.3. Análisis de la gobernabilidad turística del territorio.....	60
4.1.3. Análisis de la percepción de la demanda y la comunidad local.....	64
4.1.4. FODA estratégico.....	70
4.1.4.1. Problema estratégico	73
4.1.4.2. Solución estratégica	73
4.1.4.3. Estrategias	73
4.2 Fase II. Evaluación de la potencialidad turística.....	74
4.2.1. Potencialidad turística por atractivo.....	75
4.2.2. Potencialidad turística por territorio.....	80
4.2.3. Georreferenciación de las áreas con mayor potencial turístico a través del SIG.....	82
4.2.4. Conceptualización de modalidades turísticas.....	84
4.2.4.1. Identificación de modalidades turísticas potenciales.....	85

4.2.4.2. Priorización de las modalidades turísticas propuestas	86
4.3. Fase III. Diseño de productos turísticos	87
4.3.1. Definir la idea a desarrollar.....	88
4.3.2. Definir el público objetivo.....	89
4.3.3. Diseñar el catálogo de productos.....	96
4.3.4. Graficar los productos turísticos.....	105
4.3.5. Determinar estrategias de comercialización y canales de distribución.....	108
4.3.5.1. Estrategias de comercialización	108
4.3.5.2. Canales de distribución	115
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	117
5.1. Conclusiones.....	117
5.2. Recomendaciones.....	118
BIBLIOGRAFÍA.....	119
ANEXOS.....	128

CONTENIDO DE CUADROS

Cuadro 3.1. Metodologías referenciales.....	41
Cuadro 3.2. Leyenda de criterios.....	42
Cuadro 3.3. Matriz de integración de criterios.....	42
Cuadro 3.4. Procedimiento metodológico.....	44
Cuadro 4.1: Atractivos y recursos turísticos del cantón Bolívar.....	50
Cuadro 4.2: Servicios turísticos del cantón Bolívar.....	51
Cuadro 4.3: Atractivos y recursos turísticos del cantón Chone.....	53
Cuadro 4.4: Servicios turísticos del cantón Chone.....	54
Cuadro 4.5: Atractivos y recursos turísticos del cantón Junín.....	56
Cuadro 4.6: Servicios turísticos del cantón Junín.....	57
Cuadro 4.7: Atractivos y recursos turísticos del cantón Tosagua.....	59
Cuadro 4.8: Manifestaciones culturales del cantón Tosagua.....	59
Cuadro 4.9: Servicios turísticos del cantón Tosagua.....	60
Cuadro 4.10: Inversiones públicas en la zona centro de Manabí.....	64
Cuadro 4.11: Inversiones privadas en la zona centro de Manabí.....	68
Cuadro 4.10: Datos generales de los encuestados.....	70
Cuadro 4.12: Potencial para el desarrollo de modalidades de turismo alternativo.....	71
Cuadro 4.13: Actividades de turismo alternativo.....	71
Cuadro 4.14: Infraestructura turística necesaria.....	72
Cuadro 4.15: Incentivo a inversiones e incremento de actividades recreativas.....	73
Cuadro 4.17: Percepción sobre la gestión de los GAD.....	73
Cuadro 4.18: Promoción y marca turística.....	74
Cuadro 4.19: Impulso al desarrollo turístico.....	75
Cuadro 4.20: Factores internos y externos.....	76
Cuadro 4.21: Condensando de la matriz FODA.....	78
Cuadro 4.22: Ficha de indicadores.....	79
Cuadro 4.23: Índice de potencialidad por atractivos.....	81
Cuadro 4.24: Índice de potencialidad por territorio.....	85
Cuadro 4.25: Condiciones de infraestructura y servicios.....	91
Cuadro 4.26: Priorización de productos turísticos.....	92
Cuadro 4.27: Escalas de valoración.....	92
Cuadro 4.28: Matriz de atributos: Producto turismo rural.....	94
Cuadro 4.29: Matriz de atributos: Producto ecoturismo.....	94
Cuadro 4.30: Matriz de atributos: Producto turismo de aventura.....	94
Cuadro 4.31: Perfil del turista.....	100
Cuadro 4.32: Descripción de la finca Sarita.....	102
Cuadro 4.33: Descripción del centro agropecuario Oasis.....	102
Cuadro 4.34: Descripción de la hostería rancho la Favorita.....	103
Cuadro 4.35: Descripción de la finca ecológica café color tierra.....	106
Cuadro 4.36: Descripción del humedal la Segua.....	106
Cuadro 4.37: Descripción de la represa Sixto Durán Ballén.....	106
Cuadro 4.38: Costo de la ruta vivencial dos días una noche.....	113
Cuadro 4.39: Costo individual de la ruta vivencial dos días una noche.....	113
Cuadro 4.40: Costo de la ruta vivencial full day.....	113
Cuadro 4.41: Costo individual de la ruta vivencial full day.....	113

Cuadro 4.42: Costo de la ruta ecoturística dos días una noche.....	114
Cuadro 4.43: Costo individual de la ruta ecoturística dos días una noche.....	114
Cuadro 4.44: Costo de la ruta ecoturística full day.....	114
Cuadro 4.45: Costo individual de la ruta ecoturística full day.....	114

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 2.1: Hilo conductor.....	19
--	----

CONTENIDO DE GRÁFICOS

Gráfico 4.1: Grupo etario.....	96
Gráfico 4.2: Ocupación.....	96
Gráfico 4.3: Ingresos económicos	97
Gráfico 4.4: ¿Con quien viajaría?.....	98
Gráfico 4.5: Número de noches que se quedaría en el destino.....	98
Gráfico 4.6: ¿Qué característica de destino turístico elegiría como primera opción.....	99
Gráfico 4.7: ¿Cuál es el aspecto más importante que lo motivaría a realizar un viaje después de la crisis del covid-19?.....	100
Gráfico 4.8: Gráfico de la ruta vivencial “Descubriendo la vida rural”	110
Gráfico 4.9: Gráfico de la ruta vivencial “Descubriendo la vida rural” Full day	110
Gráfico 4.8: Gráfico de la ruta ecoturística “Naturaleza y diversión”	111
Gráfico 4.8: Gráfico de la ruta vivencial “Descubriendo la vida rural” Full day.....	111

CONTENIDO DE IMAGENES

Imagen 4.1: Localización de la Provincia de Manabí y la zona de investigación.....	48
Imagen 4.2: Localización del cantón Bolívar.....	49
Imagen 4.3: Localización del cantón Chone.....	53
Imagen 4.4: Localización del cantón Junín.....	55
Imagen 4.5: Localización del cantón Tosagua.....	58
Imagen 4.6: Georreferenciación de los atractivos.....	88

RESUMEN

La investigación que se desarrolló fue de tipo cualitativa con enfoque descriptivo, el objetivo de la misma fue la evaluación de la potencialidad turística para el diseño de productos de turismo alternativo en la zona centro de Manabí compuesta por los cantones Bolívar, Chone, Junín y Tosagua y constó de tres fases, la primera fue el análisis del territorio turístico en la que se determinó las características principales en cuanto a atractivos, servicios, gestión y gobernabilidad, esto se realizó a través de la recolección y análisis de información bibliográfica, entrevistas y encuestas. La segunda fase corresponde a la evaluación de la potencialidad turística, la misma que se llevó a cabo a través de un sistema de veintisiete indicadores turísticos clasificados en cuatro grupos; competitividad turística, calidad del entorno natural, calidad del entorno cultural y actitud de la comunidad receptora , así se determinó que de los atractivos y/o recursos evaluados no existe ninguno con potencialidad alta al no cumplir con el 75% o más de los indicadores, sin embargo, los sitios con potencialidad media sumaron veintitrés ya que obtuvieron del 50% al 74% de los indicadores, mientras que los recursos con potencialidad baja fueron veintisiete. Esta evaluación permitió el desarrollo de la tercera fase, que fue el diseño de productos de turismo alternativo en la zona, así se desarrollaron cuatro productos turísticos enfocados en las modalidades de turismo rural, ecoturismo y turismo de aventura, considerando el potencial turístico del territorio y las necesidades de la demanda.

PALABRAS CLAVES:

Potencialidad turística, turismo alternativo, productos turísticos, evaluación turística.

ABSTRACT

The research that was developed was qualitative with a descriptive approach, the objective of which was the evaluation of the tourist potential for the design of alternative tourism products in the central area of Manabí, composed of the Bolívar, Chone, Junín and Tosagua cantons and consisted of three phases, the first was the analysis of the tourist territory in which the main characteristics in terms of attractions, services, management and governance were determined, this was carried out through the collection and analysis of bibliographic information, interviews and surveys. The second phase corresponds to the evaluation of the tourism potential, the same one was carried out through a system of twenty-seven tourism indicators classified into four groups; competitiveness, quality of the natural environment, quality of the cultural environment and attitude of the host community, thus it was determined that of the evaluated tourist attractions and / or resources there is none with high potential as they do not meet 75% or more of the indicators, however, the sites with medium potentiality totaled twenty-three since they obtained from 50% to 69% of the indicators, while the resources with low potentiality were twenty-seven. This evaluation allowed the development of the third phase, which was the design of alternative tourism products in the area, thus four tourism products were developed focused on the modalities of rural tourism, ecotourism and adventure tourism, considering the tourism potential of the territory and the demand needs.

KEYWORDS: Tourism potential, alternative tourism, tourism products, tourism evaluation.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El turismo es una actividad que se ha mantenido en constante desarrollo, apuntando desde la diversificación y calidad de sus actividades a transformarse en un elemento esencial para el progreso socioeconómico, “convirtiéndose en uno de los principales actores del comercio internacional y representando al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos para muchos países en desarrollo” (Organización Mundial de Turismo [OMT], 2019). Es así que en el año 2018 según datos de OMT (2019) “se registraron un total de 1.400 millones de llegadas de turistas internacionales en destinos de todo el mundo, con un aumento del 7% en relación a años anteriores”.

En correspondencia a esto los movimientos de dinero generados por esta actividad dejaron un “total de ingresos por turismo internacional de \$1,7 billones representando el 10% del PIB (Producto interno bruto) mundial” (Organización de naciones unidas [ONU], 2017), “generando 1 de cada diez puestos de trabajo, este crecimiento es impulsado por una economía fuerte, viajes aéreos asequibles, conectividad aérea y facilitación de visas” (OMT, 2019). Adicionalmente, la ONU (2017) menciona que “bien concebido y gestionado el turismo puede favorecer de manera significativa a los tres aspectos del desarrollo sostenible, contribuyendo a la conservación del medio ambiente, la apreciación de las culturas y el entendimiento entre los pueblos”. Sin embargo y dado el carácter global del turismo este presenta carencias en su desarrollo en varias partes del mundo y más aún en los países en vías de desarrollo, estas limitantes suelen ser de índole ambiental, social, económico, de diversificación, de planificación y gestión, entre otros.

La capacidad de los países y los grandes destinos turísticos de poder mantenerse y seguir creciendo en materia turística está condicionada por varios factores “como un entorno propicio para el turismo, la protección y seguridad” (Consejo Nacional de competitividad, 2019, p.4), así como aspectos como la infraestructura, el apoyo gubernamental y el acoplamiento a las nuevas exigencias del mercado, además según Socatelli (2015) “depende en muy buena medida de la competitividad de estos como destino turístico, y estos a su vez de

la calidad de los productos y servicios que se le ofrezcan al turista” (p.6), con el cambio en las necesidades del mercado quienes ahora desean vivir experiencias personalizadas la construcción de productos que se acoplen a esta realidad es imprescindible.

Los productos turísticos tradicionales están siendo modificados y combinados ya que las tendencias apuntan hacia un cambio en la percepción del consumidor, según Fraiz (2015) “este cambio de mentalidad es una realidad, en la que el consumidor busca tipos de turismo nuevos, emergentes, no los clásicos modelos demandados por todos” (p.9), lo que coincide con OMT (2019) quien señala que “se espera que se consoliden tendencias emergentes, como la búsqueda de viajes para cambiar y para mostrar, opciones saludables como caminar, el turismo de bienestar o deportivo, los viajes multigeneracionales, junto con viajes más responsables”, el cambio que se está construyendo en el que el turismo de masas deja de ser el más demandado y da paso a uno más consciente y con visión sostenible es ya una realidad en aumento a la cual deben acoplarse los destinos turísticos, es así que “en un intento de satisfacer a segmentos diferenciados, se creen continuamente nuevos productos turísticos o se complementen de modo atractivo y con cierto matiz innovador los hasta ahora existentes” (Fraiz, 2015, p.1).

Ecuador forma parte de los países con mayor biodiversidad del mundo, compitiendo en este sentido con Brasil, Perú y Colombia (ONU, 2018), conforma esta lista ya que cuenta con una gran diversidad de recursos naturales y culturales que lo hacen único en el mundo, en este contexto el SNAP (Sistema nacional de áreas protegidas) según datos del Ministerio de ambiente (MAE) (2015) “representa el principal destino turístico dentro del Ecuador, con aproximadamente 1,6 millones de visitantes durante el 2014” (p.10), siendo la naturaleza la que constituye la principal motivación de los turistas se posiciona al país como un destino clave para realizar turismo alternativo, enmarcado en el desarrollo social, ambiental y cultural de sus pueblos.

El Ministerio de turismo (MINTUR) (2017) a través del programa nacional para la excelencia turística busca “fomentar e implementar mecanismos que promuevan la cultura de la innovación en destinos, servicios y productos turísticos, además desarrollar estrategias que mejoren la competitividad local y fortalezcan los

productos turísticos” (p.56). Sin embargo y pese a los esfuerzos que se han realizado, Ecuador aún se encuentra en una etapa de estancamiento en relación al turismo que no han permitido su desarrollo propicio y el aprovechamiento de sus potencialidades. A pesar de que en los múltiples documentos emitidos por entes gubernamentales se contemplan planes y programas que enfatizan el desarrollo turístico responsable, competitivo y con una visión social esto no ha sido alcanzado.

En este contexto es necesario enfatizar que uno de los principales problemas que aqueja a este sector es la incompatible “aplicación de las políticas turísticas, ambientales y de ordenamiento territorial por parte de las autoridades” (Bravo, Alonzo y Pérez, 2018, p.4) que no están acorde a lo estipulado en múltiples planificaciones turísticas, todo esto ligado al desarrollo de una infraestructura y servicios turísticos con bajos estándares de calidad que no permite ser competitivos en el mercado, la deficiente calidad en el talento humano evitando llegar a la excelencia, la débil coordinación entre agentes del sector público y privado permitiendo el limitado desarrollo en unos escasos sectores de la población e impidiendo tomar acciones conjuntas en beneficio de todos, además se cuentan con insuficientes productos turísticos de calidad y los ya existentes no han tenido mayores innovaciones, todo esto conjuntamente con la escasa planificación y desarrollo de estrategias para el mejoramiento de la competitividad de estos productos. Estos problemas generan un déficit en el ingreso de visitantes ya que no se cuentan con servicios y productos de calidad, que satisfagan varios segmentos de mercado y que brinden una experiencia satisfactoria.

La provincia de Manabí es una de las más importantes del Ecuador, en esta “se desarrolla un alto potencial turístico, que se concentra principalmente en el perfil costero y con carácter estacional, en el interior existen atractivos, con menor porcentaje de aprovechamiento, vinculados al bosque seco, sitios arqueológicos y otros” (Secretaría nacional de planificación [SENPLADES], 2017, p.10). A pesar de todas las potencialidades con las que cuenta la provincia el turismo es incipiente y las problemáticas siguen el mismo eje que las presentadas a nivel de Ecuador, no se aprovecha la naturaleza, la diversidad cultural y la gastronomía como motores de desarrollo, según Arroyo (2018) “los modelos

turísticos implementados hasta la actualidad, no se han centrado en el desarrollo local de la provincia, por lo que se hace necesario implementar un modelo que sea sostenible” (p.6).

Dentro del territorio se observa un gran potencial para desarrollar actividades relacionadas con la naturaleza, la cultura y la aventura permitiendo el uso de estos espacios para la creación de productos de turismo alternativo que sin duda permitirían el desarrollo de las zonas rurales que por años se han dedicado a actividades tradicionales, diversificando de esta manera su economía y brindándoles una oportunidad de desarrollo y de protección a su cultura y recursos. Para Doumet & Yanez (2014) “la producción agropecuaria sumada a las tradiciones culturales y la diversidad de ecosistemas locales, posicionan a Manabí como uno de los escenarios ideales para el desarrollo de actividades turísticas direccionadas al área rural” (p.8).

Sin embargo “la poca importancia hacia los procesos de planificación existente en la provincia de Manabí, conllevan a una deficiente gestión” (Bayas & Mendoza, 2018, p.5) a esto debe sumarse lo expresado por Reinoso (2017) “no hay avances en infraestructura, no existen planes de acción específicos que promuevan la participación de las instituciones públicas y privadas, inexistencia de ofertas que estén de acuerdo a la demanda, destrucción y contaminación de los recursos naturales” (p.5), todas estas problemáticas no han permitido a la provincia desarrollarse turísticamente y ha generado el desaprovechamiento de todo su potencial, evitando la diversificación económica y el desarrollo local, por lo que es necesario e imprescindible la adopción de estrategias que permitan mejorar esta realidad y que le den a la zona la oportunidad de aprovechar sus potencialidades en concordancia con las nuevas tendencias de mercado.

La zona centro de Manabí constituida por los cantones Junín, Bolívar, Chone, y Tosagua representan el objeto de investigación, esta zona se caracteriza por dedicarse a actividades del sector primario principalmente la agricultura y ganadería, y por poseer recursos naturales y culturales de gran valor, además de una identidad cultural bastante definida, sin embargo y al igual que el resto de la provincia y el país atraviesa por las mismas problemáticas que limitan su desarrollo turístico. Para Figueroa, Cavazos, y Mayett (2014) “una forma de lograr una afluencia turística en las comunidades rurales parte del desarrollo de

la oferta de productos y servicios, que se diseñen de acuerdo a necesidades de los turistas, pero considerando los recursos de la zona rural” (p.3).

A pesar de que se conocen los mecanismos necesarios para que el turismo local se intensifique, su desarrollo está condicionado por varios aspectos, el Gobierno autónomo descentralizado de la provincia de Manabí (2016) a través del PDOT manifiesta que uno de los problemas que enfrenta la zona a nivel institucional es la “desarticulación entre niveles de gobierno, pues cada entidad política-administrativa (provincia, cantón o parroquia) se considera independiente del resto de localidades de igual o diferente jerarquía y no se identifica como parte de un todo”(p.23), lo que evita que se tomen decisiones vinculadas que favorezcan la toma de decisiones y la generación de estrategias para el sector turístico de la zona, además es necesario mencionar la escasa diversificación de la oferta turística al no aprovecharse la potencialidad con la que se cuenta lo que provoca la concentración de turistas en ofertas tradicionales y segmentos de mercados no cubiertos, ya que históricamente “el potencial del turismo de playa está llamado a ser mayormente explotado” (GAD Manabí, 2016, p.275) puesto que constituye el principal atractivo de la provincia, a esto se le debe sumar el desconocimiento por parte de la comunidad local para desarrollar productos turísticos exitosos que atraigan segmentos de mercados específicos.

Adicionalmente, se evidencia una limitada ejecución de planificaciones y modelos que direccionen las actividades turísticas de forma sostenible integrando a la comunidad, academia, gobiernos locales y empresa privada, todo esto trae como consecuencia, escasa información, promoción y comercialización del turismo, asimismo la deficiente calidad de infraestructura turística, conjuntamente con el desconocimiento de los beneficios que trae consigo el turismo y el condicionado desarrollo del turismo rural provocan el no aprovechamiento de espacios turísticos con un elevado valor social, cultural y económico, que permitieran el desarrollo local. Con base en las problemáticas expuestas se formula la siguiente interrogante:

¿De qué manera la evaluación de las potencialidades turísticas en la zona centro de Manabí permitirá el diseño de productos y servicios de turismo alternativo?

1.2. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación presenta razones teóricas, metodológicas y prácticas que validan su ejecución, ya que el tema propuesto pretende abordar la evaluación de la potencialidad turística para diseñar productos de turismo alternativo que permitan diversificar la oferta turística de los cantones que conforman la zona centro de Manabí, a través de esto se abordan temas relacionados con el estado de las actividades de naturaleza turística en la zona de estudio, la situación de la gobernanza en relación al turismo, la potencialidad de los recursos naturales y como estos pueden ser gestionados en pro de su protección y uso turístico responsable, en base a lo expuesto se justifica de la siguiente manera:

1.2.1. TEÓRICA

La investigación tiene su sustento teórico en lo expuesto por Castiñeira (Citado por Conti, Charner, Moscoso y Comparato, 2013,) quien sostiene que la diversificación de la oferta turística se enmarca en la “potenciación y desarrollo de nuevos productos turísticos asociada al nuevo perfil del turista, que busca productos más sofisticados, auténticos y exclusivos” (p.6), lo que contribuye al desarrollo de la población a través de la diversificación económica por medio del turismo. Así mismo Osorio y Domínguez (2019) manifiestan que: “la conformación de productos turísticos es el factor que detona la planeación y gestión del turismo al activar la acción social de los actores en el aprovechamiento de los recursos patrimoniales locales” (p.10), desde este punto de vista es importante señalar la importancia de la investigación al elaborar productos que le den un valor agregado a los recursos existentes, al analizar de forma teórica las bases investigativas se concluye en la elaboración de indicadores de evaluación para el análisis de la potencialidad del territorio considerando sus características, la misma que contribuirá al desarrollo del turismo en el territorio a dotar de herramientas a los actores locales.

Los sustentos teóricos expuestos brindan la pauta para tomar decisiones concretas dentro de la investigación y ayudan a formar una línea base sobre la cual se puede trabajar para conseguir los objetivos planteados y que sirvan como sustento para futuras investigaciones, además contribuyen a una mejor

conceptualización y sistematización sobre los procesos para evaluar el potencial turístico y diseñar productos.

1.2.2. METODOLÓGICA

La investigación toma como principal referente metodológico a Pérez, Solís, Hernández, Caretta, y Rivera, (2012) quienes con su investigación denominada “Potencial turístico de la región Huasteca del estado de San Luis Potosí, México” estos autores parten de la elaboración de una metodología que permita evaluar el potencial turístico de un territorio tomando en consideración los recursos naturales y culturales, la infraestructura y el acceso, lo que consecuentemente se encuentra muy ligado al tema de investigación propuesto al ser la evaluación del potencial turística uno de los objetivos de investigación.

Por otra parte, se toma como referente a la investigación propuesta por García, y Doumet (2017) con el tema “El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador” el objetivo fue el diseño de un producto turístico comunitario para la diversificación de las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador, lo cual responde a otro de los objetivos como lo es el diseño de productos turísticos alternativos, con la combinación de estas dos metodologías y a través de la utilización del método científico fue posible elaborar el proceso metodológico a utilizar y además esta metodología al ser nueva y estructurada a partir de dos diferentes sirva como referente para próximas investigaciones que persigan los mismos objetivos investigativos, así mismo contribuye al desarrollo territorial ya que es una metodología que se acopla a la realidad de la zona y dota de herramientas a los agentes turísticos para analizar de manera integral la zona.

1.2.3. PRÁCTICA

De forma práctica la investigación se justifica en la evaluación de la potencialidad turística para elaborar productos de turismo alternativo que diversifican la oferta turística, a través de esto se dinamizará la economía de los cantones que se incluyen en la investigación a través de los prestadores de servicios turísticos como principales beneficiarios, además de mejorar la oferta existente y satisfaciendo un nicho de mercado exclusivo mejorando la experiencia del

visitante, conjuntamente a través de la comercialización del producto se incrementarán las visitas turísticas en los sitios identificados dando como resultado mayor ingreso económico para las localidades donde se desarrollan las actividades turísticas, y se promoverá el uso adecuado de los recursos naturales presentes en las áreas.

1.2.4. LEGAL

La investigación se justifica legalmente a través del Plan Nacional del buen vivir (PLANDETUR 2020) en el cual una de las estrategias es el impulso al turismo de naturaleza y especialmente comunitario, que se presentan también como alternativas que permite aprovechar el valor paisajístico de la naturaleza, generando oportunidades educativas, lúdicas, además de trabajo y (re) distribución de la riqueza, es decir que el plan promueve el desarrollo del sector turístico rural. Adicional a esto la Ley de turismo expresa en el Art 3 literal e la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos. Además, el PLANDETUR 2020 en uno de sus objetivos generales busca generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus territorios y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada. Mediante la aplicación de las leyes citadas se promueve el desarrollo de nuevas modalidades turísticas con la participación plena de la comunidad local y el cuidado de los recursos.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Evaluar la potencialidad turística de la zona centro de Manabí para el diseño de productos de turismo alternativo.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar un diagnóstico turístico territorial de los cantones Chone, Bolívar, Junín y Tosagua que permita conocer su situación actual.
- Medir la potencialidad turística de los cantones Chone, Bolívar, Junín y Tosagua que facilite la definición de productos de turismo alternativo.
- Diseñar productos turísticos alternativos en los cantones Chone, Bolívar, Junín y Tosagua que contribuya a la diversificación de la oferta en Manabí.

1.4. IDEA A DEFENDER

La evaluación del potencial turístico permitiría el diseño de productos de turismo alternativo en la zona centro de Manabí.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se analizarán las bases teóricas y conceptuales acerca de las variables de investigación identificadas, se expondrán conceptos y definiciones de cada uno de los epígrafes seleccionados que contribuyan al tema de investigación, así mismo se mostrarán cifras de relevancia que aporten a la realidad actual. A continuación, se realiza un hilo conductor con los epígrafes seleccionados.

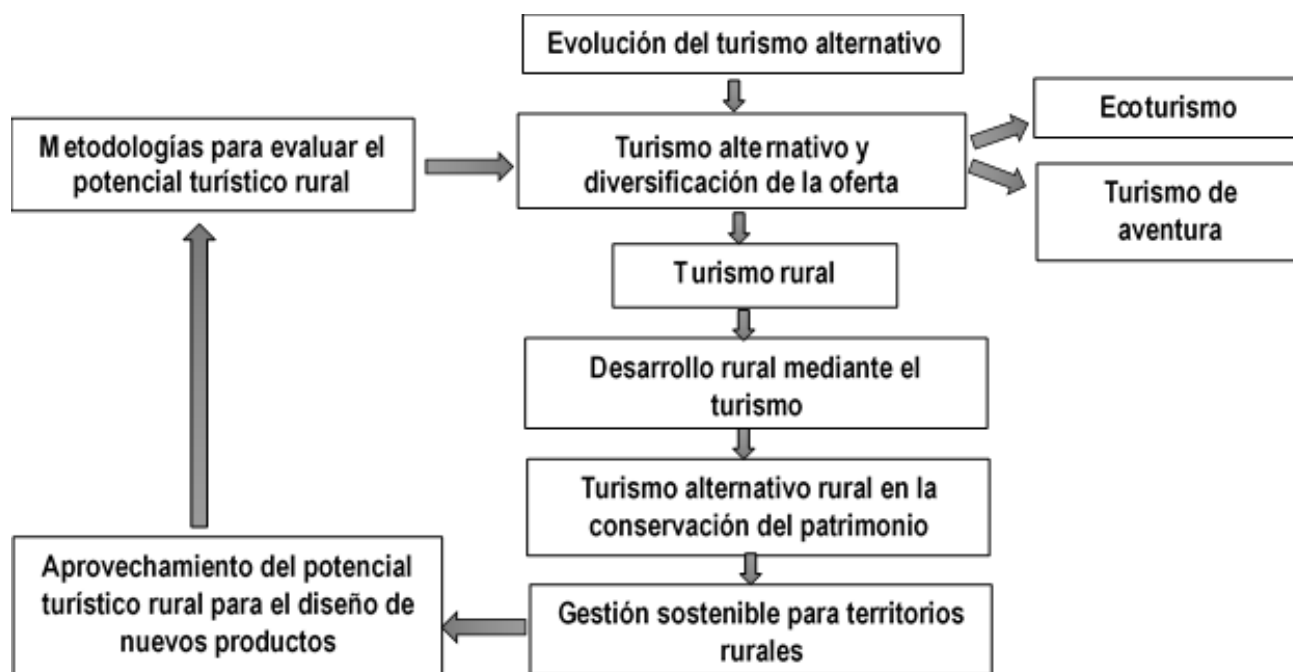


Figura 2.1: Hilo conductor

Fuente: Elaboración propia

2.1. EVOLUCIÓN DEL TURISMO ALTERNATIVO

El turismo se encuentra en una etapa de constante cambio y crecimiento, en la que por una parte surgen nuevas modalidades con turistas cada vez más exigentes y dinámicos y un sector mayormente comprometido con satisfacer estas necesidades y por otra parte una fuerte presión por los factores económicos, sociales y ambientales que pudieran incidir en el proceso de realizar turismo, es así que Fernández (2006) menciona que “el principal cambio radica en el propio turista y en la manera de cómo percibe sus relaciones con el entorno geográfico y cultural, así como con los otros visitantes y sus anfitriones” (p.16), esto es parte del nuevo paradigma que se está construyendo en la que el cliente observa de una forma distinta el ambiente y sus actividades, esto mantiene relación como los expuesto por Bringas y González (como se citó en Fernández,

2006) quienes mencionan que “actualmente, la actividad turística se dirige hacia la búsqueda de un producto más auténtico, que aborde conceptualmente el territorio como una nueva mirada en donde se valora de forma distinta el carácter natural, histórico y cultural del espacio” (p.16), estos autores parten de la idea de que existe un cambio evidente en la forma de realizar turismo que se está enmarcando en un turismo más responsable con mayor conciencia económica y social y con una mayor preocupación por el entorno en el que se desarrolla el turismo, esto permite desde el punto de vista del territorio el aprovechamiento de nuevos espacios alternativos que satisfagan estas nuevas necesidades.

En este contexto y con la intención de satisfacer estas nuevas formas de entender y ver el mundo surgen nuevas modalidades entre las que resalta el turismo alternativo (TA) que es concebido como “los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos” (Secretaría de turismo de México [SECTUR], 2004, p.22), esta tipología de turismo permite al turista mantenerse en contacto con la naturaleza y la comunidad local realizando actividades demandadas por el mercado al mismo tiempo que se convierte en motor de desarrollo económico local, en relación a esto Salcedo y Reboloso (2012) menciona que este turismo “se caracteriza por ofrecer una atención personalizada y brindar la oportunidad de una experiencia de viaje prácticamente a la medida, donde el destino es importante y las vivencias con la comunidad receptora son personales, únicas, irrepetibles y de calidad” (p.11), en esta modalidad lo realmente importante es la experiencia que el turista pueda recibir de su visita y los valores ambientales y sociales que pueda promover a través de esta. La presencia del turismo alternativo se da por la influencia de varios factores y tiene sus orígenes desde hace varias décadas.

El ilimitado acceso a la información conjuntamente con el cambio del paradigma entorno a la sostenibilidad juegan un rol fundamental en la evolución y consolidación del turismo alternativo, es así que el turista se siente cada vez más comprometido con disfrutar de experiencias que vayan mucho más allá de lo tradicional que le permitan sentirse comprometido con el entorno que visita y que le brinde una experiencia única, es así que la OMT (citado por Osorio, 2008) en

relación al cambio del comportamiento del turista y la evolución de las nuevas tendencias menciona características que permitieron este cambio, “los turistas provenientes de los tradicionales países emisores incrementaron el número de sus viajes a destinos de larga distancia, y empezaron a realizar viajes cortos de manera más frecuente, en ambos casos en busca de nuevos destinos y productos (p.5), la búsqueda de nuevas experiencias permitió el incremento de nuevas modalidades no tan demandadas como las relacionadas con la cultura, la naturaleza, la educación y la aventura.

Todos estos comportamientos obligaron a los actores y gestores del turismo en los diferentes destinos del mundo a modificar la forma en la que planificaban y gestionaban el mismo y los productos que de esta planificación se desprendían, así los negocios turísticos “implantaron de manera emergente renovadas formas de organización y producción del servicio, por ejemplo: innovaciones tecnológicas, sistemas y normas de calidad, nuevas estrategias de mercadotecnia con el propósito de diferenciar sus productos, renovar destinos tradicionales y mejorar su competitividad” (Osorio, 2008, p.6). Así el turismo alternativo se está convirtiendo el sector en uno mayormente especializado y exigente, el turista actual busca ofertas alternativas al turismo masificado que le permitan tener una mayor experiencia en cuanto a actividades y servicios donde el involucramiento con el espacio sea esencial.

De esta manera el turismo alternativo empieza a tener mayor acogida dentro de la comunidad viajera y “se empieza a abordar conceptualmente el territorio con una nueva mirada turística se valora de manera distinta el carácter natural y rural del espacio, lo que amplía las opciones para atraer un turismo diferente” Bringas y Ojeda (como se cita en Bringas y González, 2004, p.36), ahora son cada vez más los turistas que optan por esta modalidad de turismo ya que son personas mayormente comprometidas con el espacio y el ambiente y precisamente el TA les brinda estas iniciativas. Actualmente este mercado se sigue expandiendo con mucha fuerza y rapidez como lo indican las cifras mundiales, existe cada vez “mayor oferta de actividades a nivel internacional, este mercado además de generar un bajo impacto ambiental significa una derrama de hasta el 65% en las comunidades locales y una valorización de sus

propios recursos” Asociación de turismo de aventura (Citado por la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas, 2018, p.10), es evidente el cambio que se está desarrollando y que ha permitido que muchas comunidades puedan hacer uso de sus potencialidades a través del TA. “Los destinos de ecoturismo, aquellos relacionados con la naturaleza, así como con actividades de turismo rural y comunitario están creciendo a ritmos de hasta 20% anual, lo que significa entre 4 y 5 veces más que el turismo convencional” Asociación de turismo de aventura (Citado por la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas, 2018, p.10), esta cifra muestra la importancia relevante que tiene esta modalidad frente al turismo tradicional al conocerse los múltiples beneficios para la comunidad, el ambiente y la economía.

Esto demuestra la importancia y la gran evolución que ha tenido el turismo alternativo en el mundo, desde sus inicios fundamentando sus bases con la aparición del desarrollo sostenible hasta actuar bajo sus propios conceptos y estrategias de progreso, ahora se encuentra entre las modalidades turísticas más demandadas mundialmente y la vía sobre la cual se asientan las esperanzas de conseguir los objetivos de desarrollo sostenible del sector turístico que permitan cambiar el paradigma tradicional de hacer turismo con uno con visión social, más equitativo y amigable con el medio ambiente.

2.2. TURISMO ALTERNATIVO Y DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA

La diversificación de la actividad turística está tomando cada vez más relevancia ya que es una alternativa en la que muchos destinos ven la oportunidad de cubrir nichos de mercados emergentes y evitar la estacionalidad, así como lo menciona Canseco (2016) “la diversificación nos da la oportunidad de ocupar la oferta turística del país en aquellas temporadas tradicionales de vacaciones y con esto acolchonar un poco las drásticas caídas de afluencia de turistas a los destinos en las temporadas bajas”, es importante que el destino turístico tenga la capacidad de variar su cartera de productos de tal manera que pueda mantenerse activo durante cualquier temporada. (p.1), Es así que la diversificación de la oferta entendida como la “potenciación y desarrollo de nuevos productos asociada al nuevo perfil del turista, que busca productos más

sofisticados, auténticos y exclusivos” Castiñeira (Citado por Conti, Charner, Moscoso y Comparato, 2013, p.6), esto juega un rol importante en el desarrollo o declive de los destinos turísticos, ya que es lo que le permitirá que estos reciban la nueva clase de turistas que se encuentra emergiendo y con esto mantenerse a la vanguardia y aprovechar espacios alternativos que satisfagan las nuevas necesidades.

Con el cambio de la actividad turística hacia una más responsable el turismo tradicional o de sol y playa no satisface las necesidades y deseos de los turistas ya que estos se han vuelto cada vez más especializados y exigentes en cuanto a actividades y servicios, en este contexto Voleger y Hernández (Citado por Tanguila, 2019) sostienen que la diversificación turística “se convierte en un canal para resaltar la especificidad del territorio y se trata de una estrategia de singularización que rompe con la estandarizada oferta de ocio, incorporando nuevos equipamientos recreativos y/o la especialización en segmentos de demanda específicos” (p.10), la diversificación conlleva un gran reto pero también trae grandes beneficios para el destino que a través de esta puede mantener su economía activa todo el tiempo. Así mismo permite a los destinos mantenerse competitivos en cara al surgimiento de nuevos espacios turísticos mayormente especializados además “diversificar es un elemento central de la competitividad: frente a la proliferación de nuevos destinos internacionales centrados sobre el mismo producto, la diversificación permite ofrecer atractivos distintos y, por tanto, contar con ventajas competitivas sustanciales” (Salazar, 2014, p.23), la competitividad en la diversificación de productos le da una ventaja diferenciadora al destino y por lo tanto le permite ofrecer más y mejores productos al mismo tiempo que atrae segmentos de mercado específicos. En Ecuador la diversificación de la oferta se encuentra en reciente crecimiento y está intentando trabajar en esos espacios de la oferta aun no cubiertos y que serían de gran crecimiento económico para las poblaciones locales principalmente.

Es importante desde el punto de vista de la demanda que estos múltiples esfuerzos por diversificar se encuentran enmarcado en nichos de mercados concretos que consuman productos específicos y tener claro las necesidades de cada grupo, diversificar implica una serie de factores que hay que considerar, en

este caso Salazar (2014) menciona dos; “reorganizar lo actual del destino y consecuentemente crear proyectos alternativos que no solo correspondan al turismo centralizado sino a todos ámbitos correspondientes al turismo proponiendo alternativas de servicios y destinos” (p.23), en este contexto ingresa la parte de diversificar la oferta turística mejorando los productos ya existentes, pero también enfocándose en esos sectores que tienen mucha potencialidad turística pero que, sin embargo, no han sido desarrollados y que podrían ser de gran interés para la demanda emergente y también considerando primordial “incorporar variables de sustentabilidad como una forma de diferenciación de los destinos tradicionales, y de conceptualizar los nuevos, siendo una de las fórmulas más aceptadas por la demanda internacional, diversificando la oferta frente a los destinos tradicionales” (Sánchez y Vargas, 2015, p.3).

En este sentido empezó a tomar mayor fuerza el tema de la sostenibilidad y surge con ello el turismo alternativo que “se emplea para designar actividades turísticas que son distintas a las correspondientes al turismo convencional y está constituido por una gama variada y alternativas de viajes que tienen la tendencia a tener características diferentes a las del turismo masivo” (Quesada, 2010, p.114), este turismo toma importante relevancia en la diversificación de la oferta ya que al tratar de satisfacer estos nichos de mercado mayormente comprometidos con el medio ambiente y las localidades, nacen modalidades turísticas más especializadas y con las características que el consumidor requiere entre estas tenemos el turismo de aventura, ecoturismo y turismo rural que se ubican como las principales. A continuación, se realiza un breve análisis de cada una de estas modalidades.

2.2.1. TURISMO DE AVENTURA

La Secretaría de turismo de México (SECTUR) (2004) define al turismo de aventura como “los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza” (p.25) en un contexto más amplio la Asociación de Comercio de Viajes de Aventura (ATTA) (citado por Carvache, Carvache, Carvache y Recalde, 2018) define el turismo de aventura como un “viaje en que incluye al menos dos de los tres siguientes elementos: actividad física, ambiente natural e inmersión cultural, este también puede ser

doméstico o internacional y como todo viaje incluye una estadía de no más de un año” (p.2). Es decir que este tipo de turismo a más de tener vínculos con actividades deportivas también debe tener una clara conexión con el deseo de apropiarse del lugar enmarcado en las actividades de deporte que pueda ofrecer. Esta tipología de turismo “comienza a desarrollarse como consecuencia de un acercamiento por parte de un mercado turístico que demanda la realización de actividades con cierto nivel de riesgo en entornos naturales” Díaz (citado por Carvache et al., 2018, p.2) y como consecuencia de las tendencias de turismo emergentes.

El turismo de aventura es muy variado y cuenta con un sinnúmero de actividades de diferente índole y que se desarrollan en ambientes diversos dependiendo de las necesidades de cada una de ellas. Internacionalmente este turismo mueve millones de viajeros anualmente, según la ATTA (2014) “42% de viajeros partieron en viajes de aventura en el año 2013 generando un total de USD 263 mil millones, un turista de aventura gasta un promedio de USD 3.100 sin considerar boletos de avión y pernocta 8.8 días”(p.13), siendo un mercado en expansión se considera que “el turismo de aventura es uno de los sectores de más rápido crecimiento del sector turístico, atrayendo clientes de alto valor, apoyando las economías locales y fomentando la sostenibilidad” (ATTA, 2014, p.16) y se considera que seguirá creciendo en los próximos años.

En Ecuador la actividad movió “\$260 millones en 2014 y contó con la participación de 205 mil visitantes” (MINTUR, 2015, p.1), esta tipología de turismo nos muestra diversas oportunidades para la diversificación de la oferta considerando que es un mercado en crecimiento y que tiene un gran valor adquisitivo podría dar la oportunidad del crecimiento local entorno al turismo alternativo deseado, entre los lugares donde se puede realizar este tipo de turismo en el país se encuentran Santa Elena, Mindo, Baños de agua santa, Chimborazo, Imbabura, Pastaza, entre otros, estos lugares cuentan con diversas actividades como parapente, canopy, rapel, canyoning, rafting, kayak, ciclismo, snorkel.

2.2.2. ECOTURISMO

El ecoturismo es otra de las nuevas modalidades de turismo que ha tenido gran acogida y probablemente sea la que más desarrollo ha tenido a nivel del mundo ya que incorpora varios ámbitos como lo es el social, ambiental y económico, pilares fundamentales para el desarrollo sostenible además conjuga todos los elementos demandados por los turistas actuales, la UICN (Unión internacional para la conservación de la naturaleza) (Citado por Zamorano, 2010) define el ecoturismo como “aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural” (p.116), el ecoturismo se basa principalmente en el disfrute de la naturaleza con un enfoque mucho más ecologista y educativo.

El ecoturismo se perfila como una actividad generadora de un sin número de beneficios, que van más allá de solo el crecimiento económico, es una de las mejores estrategias para conservar los recursos naturales y permitir el desarrollo social y económico de los pueblos, todo esto si es practicado y gestionado de manera correcta tomando en consideración todos los aspectos propuestos por entes internacionales y respetando cada uno de sus principios. En otras palabras “el ecoturismo se define como la realización de un viaje a áreas relativamente intactas o no contaminadas con el objetivo específico de estudiar, admirar y disfrutar del paisaje, su flora y fauna salvaje, así como cualquier manifestación cultural existente” Ceballos-Lascuráin (citado por Díaz, Pérez y Ortega, 2017, p.3), esta se considera una de las principales definiciones de ecoturismo y engloba varios aspectos que no han cambiado con la evolución de este concepto.

Por otra parte, la Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES) (2015) define el ecoturismo como: “un viaje responsable a las áreas naturales que conserva el medio ambiente, sostiene el bienestar de la población local e implica interpretación y educación” este concepto que si bien es limitado engloba la parte más importante del ecoturismo como es la conservación del ambiente y las comunidades y además añade la educación como aspecto fundamental. La certificación internacional Green Globe (2013) ha adoptado la definición de

ecoturismo como: “turismo ecológicamente sustentable con un enfoque principal en experimentar áreas naturales que promueva la comprensión, apreciación y conservación del medio ambiente y la cultura”, este concepto es mucho más amplio y abarca no solo el simple hecho de visitar un área natural si no también apreciar y comprender el medio para una mejor experiencia.

Internacionalmente el ecoturismo “representa el 8% de todas las formas de turismo, pero con un incremento anual tres veces mayor a otras modalidades, este sector mueve mundialmente 215 mil millones de dólares al año” OMT (Citado por Ministerio de ambiente [MAE] 2017, p.3), a nivel del mundo la oferta de ecoturismo está en constante crecimiento cada año nacen nuevos destinos de naturaleza en el mundo y con ello su demanda va en aumento haciendo que este sector se especialice aún más, la TIES (2019) manifiesta que: “más de 90 naciones ahora tienen una iniciativa de ecoturismo o turismo sostenible, esto ha sucedido en los últimos 30 años; no hay otra forma que se haya vuelto tan fundamental para la economía global tan rápidamente” (p.1), esto como consecuencia de los cambios globales y de la creciente preocupación por aspectos ambientales que repercuten y ponen en riesgo los recursos naturales y culturales que son la base de los destinos.

Ecuador al ser uno de los países con mayor biodiversidad en el mundo también apuesta por este turismo siendo las áreas naturales protegidas (ANP) su principal propuesta siendo así que el “68% de los turistas extranjeros quieren visitar las ANP, en 2015 recibieron más de 2 millones de visitas, el turista extranjero que visita ANP en Ecuador, gasta 1200 dólares más que el turista promedio” (p.4), para Ecuador el correcto desarrollo y gestión del turismo de naturaleza podría representar la ventaja competitiva que se está buscando al tener tanto naturaleza como cultura en un mismo espacio se tiene que trabajar en fortalecer este sector siempre pensando en el desarrollo y conservación.

2.2.3. TURISMO RURAL

El turismo rural de entre las modalidades alternativas es la que mayormente tiene contacto con las culturas locales, su modo de vivir, sus costumbres, tradiciones y demás elementos de la vida diaria, la SECTUR (2004) lo define como: “los viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con

una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma”(p.29), este vincula muchos elementos del quehacer diario de las comunidades y es complicado llevarlo a la práctica por el compromiso que debe haber con la comunidad local como gestores principales del mismo, sin embargo existen muchos casos de éxito en el mundo. En un contexto más amplio la Comisión de las Comunidades Europeas (Citado por Moral, Fernández y Sánchez, 2019) manifiesta que el: “turismo rural comprende no solo las vacaciones en granjas, sino cualquier otra actividad turística en el campo, este recoge a toda actividad turística de interior y abarca toda actividad turística endógena soportada por el medio ambiente, humano y material” (p.3), esta modalidad en un contexto amplio abarca cualquier actividad que se realice en zonas rurales y en las que participe activamente la comunidad como principal motor de desarrollo.

El turismo rural se ve promovido por diferentes motivos que lo hacen más dinámico y complejo y que han fomentado su crecimiento y desarrollo así Varisco (2016) lo indica a partir de dos puntos de vista oferta y demanda: “desde la oferta, la intención de poner en valor espacios y recursos turísticos para favorecer el desarrollo local, desde la demanda, las nuevas expectativas de los turistas, más activos e interesados en conocer diferentes patrimonios” (p.1). Sin duda alguna el turismo rural nace con las nuevas tendencias emergentes de turistas que buscan una alternativa al masivo turismo de sol y playa vinculado directamente con la protección al medio natural y el desarrollo local de los pueblos. A nivel internacional el turismo rural tiene lugares concentrados donde ha sido mejor trabajado y por ende más desarrollado, existen pocos estudios estadísticos del turismo rural a nivel mundial, sin embargo España al tener una oferta de turismo rural elevada genera datos de gran interés para el sector, “un turista rural gasta en España 371€/persona, la estancia media es de 5,8 días y el gasto medio es de 33,01€ para el alojamiento, 6 de cada 10 turistas extranjeros eligen productos de turismo rural en sus vacaciones” (Universidad Europea de Canarias, 2016, p.9). El mercado del turismo rural va en aumento es la oportunidad de los países y las comunidades rurales de aprovechar esta demanda que en muchas partes del mundo aún no ha sido cubierta y volverlo a su favor para diversificar su oferta.

2.3. DESARROLLO RURAL MEDIANTE EL TURISMO

El turismo rural como se viene abordando en apartados anteriores les brinda una oportunidad a las comunidades rurales que históricamente se han dedicado principalmente a actividades del sector primario y que debido al sistema económico y otros factores no les ha permitido llevar una calidad de vida apropiada a diversificar su economía con actividades de índole turística, en palabras de Flores, Zizumbo, Cruz y Vargas (2014) “es una opción de desarrollo que, por su condición limitada no es masificado, genera empleo, diversifica la oferta turística, colaborando en la conservación del patrimonio natural y cultural, en función de beneficios a partir de acciones productivas”(p.4).

Debido al cambio de paradigma en cuanto a lo rural y el surgimiento de nuevos demandantes con un deseo mayor por enriquecerse culturalmente “han permitido que lo rural ya no sólo se entienda únicamente en términos agrícolas, sino que se ha revalorizado en función de las múltiples características, dimensiones y funciones que representan” (Flores et al., 2014, p. 4) esto ha motivado a que se cambien las ocupaciones para lo que principalmente se usaba el término rural, ahora las poblaciones rurales “buscan su propio desarrollo a partir de sus potencialidades naturales y culturales” (Flores et al., 2014, p. 4) que van más allá de solo el uso agrícola que se daba a sus espacios, incorporando la puesta en valor a estos territorios, el crecimiento a través de la ruralidad va mucho más allá que solo el beneficio económico incorpora otros elementos igualmente importantes como lo menciona Juárez (2007) “el turismo rural aporta una contribución valiosa a las economías rurales. Ello se constata no solamente en términos financieros, sino también en términos de empleo, de contribución a la financiación de la conservación, de inducción y motivación” (p.3).

El desarrollo rural mediante el turismo les da la opción a las poblaciones de obtener beneficios económicos, pero algo aún más importante es el poder hacer un uso correcto de sus recursos tanto naturales como culturales bajo parámetros de protección, “es la oportunidad de reapropiarse del manejo y cuidado de sus recursos naturales, controlar la gestión de los servicios y apropiarse de los beneficios” (Salcedo y Reboloso, 2012, p.78). En este contexto cabe recalcar que la organización en comunidades rurales no es una tarea fácil, requiere de un

proceso planificado y organizado que cuenta con la aceptación y aprobación de todos los involucrados, es necesario una “organización comunitaria a través del trabajo, poder, y la participación equitativa, aprovechando la competitividad y potencialidad física, social, y ambiental, desde una visión común, dinamizando las sinergias entre territorio-sociedad como factor de desarrollo” (Flores et al., 2014)

Una parte importante de los beneficios que trae el turismo rural como motor de desarrollo es el hecho de que permite rescatar y mantener parte de la cultura y tradiciones que se pierden a medida que avanza la vida moderna así “se está convirtiendo progresivamente en un fenómeno masivo para una población que busca los valores vitales que se han perdido en las grandes ciudades” (Meraz, Álvarez y Gonzáles, 2019, p.3) convirtiéndose este efecto positivo en pilar fundamental de su éxito ya que lo que busque el turista actual es sentirse acogido en un ambiente diferente al de su vida habitual siendo esto parte fundamental de su experiencia, en concordancia a esto Darías, Ramírez y Pérez (2016) consideran que este turismo: “ha permitido el desarrollo de las economías desde la base, rescata valores culturales del ámbito rural al revalorizar su identidad, restablecer tradiciones y al estimular nuevas actividades paralelas a aquellas agropecuarias típicas del medio que aportan un nuevo ingreso”(p,2).

Mucho más allá de los beneficios que trae consigo el turismo rural y su incuestionable participación como motor de desarrollo local, es necesario comprender el hecho de que necesita de una organización interna bien definida que permitan la participación completa de los involucrados, “cuando las comunidades persisten en una dinámica colectiva basada en la propiedad común del territorio y sus recursos, la existencia de sólidas instituciones locales y el interés por el bienestar social el turismo puede conformar efectivamente una alternativa” (Cruz y Zizumbo, 2017, p.13), y esto es lo realmente importante en la consolidación del turismo rural que como organización se encuentren en la capacidad de manejar internamente la actividad, evitando el involucramiento de otros intereses y apropiándose integralmente del manejo y gestión de sus beneficios.

2.4. TURISMO ALTERNATIVO RURAL EN LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO

El patrimonio tanto natural y cultural ha entrado en una etapa de valorización dentro del marco del surgimiento de nuevas modalidades turísticas como lo es el turismo rural, “el lento, aunque progresivo reconocimiento de la riqueza y especificidad de los bienes patrimoniales que albergan el campo y la montaña, así como la creciente revalorización turística de estos espacios permiten concebir el patrimonio rural como recurso turístico” (Porcal, 2011, p.2), siendo este parte fundamental del desarrollo del turismo en las zonas rurales ya que se encuentran como base para la consolidación del mismo, es a través del patrimonio que los sectores agrícolas pueden poner en valor sus territorios, así Porcal (2011) manifiesta que “la consideración del valor patrimonial de estas áreas, primero, y de la potencialidad de dicho patrimonio como recurso y motor de desarrollo, después, supone una gran oportunidad” (p.5) que debe ser vista para mejorar socialmente como comunidad y además conservando los recursos como tal.

Siendo el patrimonio el motor principal para el desarrollo local es necesario que “consideremos al patrimonio como un bien de uso social, que se vincule a políticas de desarrollo territorial sostenible y se organice a partir de productos patrimoniales viables” (Prats, 2005, p.8) que promuevan su uso bajo políticas adecuadas de crecimiento, no solo de las poblaciones como beneficiarias directas si no del propio patrimonio como bien turístico principal “es necesario poner especial atención a su conservación y mantenimiento, así como garantizar el disfrute del mismo a la propia población residente” (Prats, 2005, p.10), en el contexto de la conservación Chaves y Solís (2016) indican que: “No vale de nada conservar el patrimonio si no contamos con una propuesta efectiva de gestión. De esta manera, no tiene sentido preservar por preservar un bien cultural, sino que el reto es transformar ese bien en un recurso (p.5).

La gestión es parte fundamental en todo proceso turístico y más aún cuando se trata de la puesta en valor, hay que tener claro que es necesario seguir una planificación adecuada que permitan hacer uso de esos recursos sin necesariamente contribuir a su degradación, con una adecuada gestión se

garantiza el uso correcto del patrimonio y se contribuye al desarrollo local sostenible a través de planes y proyectos que garanticen su perdurabilidad en el tiempo, sin embargo, no cabe duda que el patrimonio local tiene muchas ventajas, pero cabe recalcar los retos que se presentan en su uso turístico. “El patrimonio local contiene en sí mismo grandes oportunidades y grandes amenazas Es, a la vez, un foro, que puede actuar como crisol depurador de todo tipo de obstáculos y generador de nuevas adaptaciones y formas de convivencia” (Prats, 2005, p.12).

Es vital hablar de las amenazas que el patrimonio en su uso turístico representa para el ambiente, así como para las comunidades que lo poseen, pero es indispensable hacer uso de este en el cambio actual de las actividades turística y como generador de beneficios para las comunidades rurales históricamente excluidas, su ventaja se encuentra en utilizarlos de tal forma que se conserve a través de mecanismo concretos de gestión como se mencionaba con anterioridad, sin embargo “la adecuación y protección de los elementos patrimoniales supone numerosos costes económicos que sólo se rentabilizan cuando se dan numerosas visitas. De ahí que sea necesario promover una oferta combinada, turismo rural más conservación” (Hernández, 2004, p.4) que permitan tener beneficios económicos que se direccionen directamente a promover mecanismo que permitan su protección.

El patrimonio por sí solo no es capaz de crecer y convertirse en ente dinamizador “el mercado necesita los recursos patrimoniales para el desarrollo de nuevos productos, es necesario combinar los objetivos de la política turística y la política cultural para compatibilizar la conservación y el desarrollo” (Tresserras, 2002, p.3), como se viene abordando un punto clave en el desarrollo del turismo rural es precisamente poder utilizar estos recursos para la creación de productos que actúen y que sean capaces de atraer turistas y generar beneficios, es vital que estos recursos convertidos en productos sean gestionados y utilizados de manera correcta, y es precisamente el turismo rural bajo parámetros de sostenibilidad el que motiva y da este enfoque de protección como política central de su desarrollo.

2.5. GESTIÓN SOSTENIBLE PARA TERRITORIOS RURALES

La sostenibilidad es un tema que se viene abordando desde diversas perspectivas y que en la actualidad es utilizado en casi todos los sectores productivos y de servicios que quieren alcanzar una ventaja competitiva a través de esta, así mismo el sector turismo también intenta aplicar este término y todo lo que implica en sus actividades con el objetivo de diferenciarse de la competencia y por cuestiones éticas ya que sabemos las ventajas para el ambiente, la población y la economía que su utilización implica, en este sentido precisamente “el desarrollo rural sostenible comparte esas premisas y destaca el uso racional de los recursos naturales como elemento fundamental de cualquier estrategia de desarrollo porque esos recursos constituyen uno de los activos más importantes del medio rural” (Sepúlveda, 2008, p.3).

Se conoce de los efectos positivos que el progreso del turismo rural implica para la población y el ambiente, sin embargo, es necesario planificar y gestionar de forma correcta las actividades que en estos espacios se van a llevar a cabo para evitar desencadenar una serie de factores negativos que pudieran perjudicar su normal desenvolvimiento, se debe de considerar todos los elementos que pudieran influir en el manejo adecuado de la actividad siempre bajo parámetros de sostenibilidad.

Por su parte el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) (Citado por Pérez, 2010) manifiesta que el desarrollo rural sostenible es el: “proceso de transformación de sociedades rurales y unidades territoriales, centrado en las personas, participativo, con políticas específicas dirigidas a la superación de los desequilibrios sociales, económicos, institucionales, ecológicos y de género, que busca ampliar las oportunidades de desarrollo humano” (p.2), contempla todos los sectores comprometidos y analiza el territorio desde una perspectiva completa involucrando activamente a todos los implicados en este caso la población local, haciendo uso adecuado de los recursos y además propiciando el desarrollo económico de los pueblos. Para lograr una gestión sostenible de los territorios rurales es necesario enlazar muchos aspectos que en ocasiones no necesariamente tienen que ver con la actividad turística como tal, en algunos momentos será necesario analizar

políticas públicas, ordenamiento territorial, actividades no turísticas, entre otras, para así concebir el territorio desde una perspectiva conjunta, en este contexto Pérez (2010) manifiesta que: “Se deben conjugar los intereses del propio turismo, del medio ambiente y de la comunidad local, y cualquier actuación relacionada con el Turismo rural” (p.8).

Es de mucha importancia que el desarrollo del turismo rural y de cualquier otra actividad turística se enmarque en estos principios, como medio para alcanzar el desarrollo social, ambiental y económico deseado más aun tratándose de territorios rurales que contemplan una visión un poco diferente de la actividad. En un contexto rural más próximo cabe recalcar que América latina y el Caribe (ALC) cuentan con el “4% de la población rural, 16% de los suelos agrícolas, 23% de la superficie de bosques, 50% de la biodiversidad, 22% del agua fresca y 31% de los 35 millones de km³ de recursos de agua dulce del planeta” (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación [FAO], Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA], 2019, p.3).

Estos recursos se encuentran en su mayoría en territorios rurales poco o casi nada desarrollados en materia turística, es por esto que es de vital importancia tomar acciones que permitan conservar los mismos y evitar el éxodo rural, ya que “se proyecta que a fines de este siglo la población rural representará solo el 10 % de la población total de ALC, aunque en las zonas rurales se seguirá concentrando gran parte de los recursos naturales” (CEPAL, FAO, IICA, 2019, p.10) las zonas rurales componen parte importante del progreso económico del mundo su papel es fundamental para el desarrollo, es necesario tomar acciones y el turismo precisamente representa una de las opciones claves para evitar esto, siempre enmarcándose en la gestión sostenible de estos recursos, ya que esta gestión precisamente como lo menciona Sepúlveda (2008) “busca transformar la dinámica de desarrollo del territorio mediante una distribución ordenada de las actividades productivas, de conformidad con su potencial de recursos naturales y humanos” (p.11), la gestión sostenible en territorios con características rurales tiene un enfoque desarrollista y planificador que permite manejar adecuadamente los recursos e incentivar el desarrollo de actividades económicas.

Una de las pautas principales para lograr la gestión sostenible de los territorios radica en la participación activa e integral de los actores principales como ya se había mencionado es necesario que se involucren totalmente en el proceso y que se sientan parte del mismo ya que “la participación de la sociedad en el proceso de desarrollo turístico es imprescindible desde un enfoque democrático y de equidad social de las actuaciones” (OMT, 2006, p.42). Para alcanzar procesos de gestión sostenibles efectivos es necesario apoyarse en instrumentos, métodos y procedimientos que permitan una correcta gestión basándose en estrategias claras de actuación, entre estos instrumentos son de mucha ayuda los planes estratégicos de turismo y evaluaciones de impacto ambiental y de capacidad de carga, así a través de estos se plasman paso a paso los objetivos que se desean alcanzar.

2.6. APROVECHAMIENTO DEL POTENCIAL TURÍSTICO RURAL PARA EL DISEÑO DE NUEVOS PRODUCTOS

Dentro del contexto del turismo alternativo resaltando con especial énfasis el turismo rural como modalidad con un alto potencial para su desarrollo es necesario e imprescindible hacer uso y aprovechar estos recursos de tal manera que se pueda captar la demanda deseada, esto solo se logra a través de una “planificación que contemple en primera instancia una evaluación de los recursos naturales para desvelar su potencialidad y concretar una propuesta de productos alternativos pertinentes y con calidad” (Arciniega, Osorio, Regil, 2016, p.4), así en la planificación turística de un determinado lugar los productos se convierten en parte esencial y fundamental para el éxito de la actividad, es necesario que estos productos sean innovadores y que contemplen todas las necesidades y expectativas del turista, en este contexto Barbosa (2007) manifiesta que “en el proceso de la producción turística, uno de los retos más interesantes para personas y empresas vinculadas a la actividad, es la creación de nuevos productos turísticos, de los cuales se espera que sean novedosos, pertinentes y rentables” (p.6), y esto es una características esencial para el desarrollo turístico, ya que los productos deben cumplir con un amplias características que le permitan ser competitivos en el mercado y llegar al segmento de mercado que se tiene previsto.

Para que estos productos puedan reflejar lo que el territorio quiere ofertar como se mencionaba anteriormente “es imperativo determinar su situación actual, a través de índices y factores claves” (Barbosa, 2007, p.6), entre otros elementos es necesario realizar un análisis de la potencialidad como punto de partida para determinar si en realidad el lugar es conveniente para realizar actividades turísticas, “en relación a la potencialidad territorial, puede afirmarse que la misma radica en su capacidad de atracción de turistas y satisfacción de necesidades, es necesario que los atractivos cuenten con instalaciones e infraestructuras para la realización de actividades” (Gambarota, Leonardi y Elías, 2018, p.6), esto con el fin de hacer rentable un territorio desde la perspectiva turística.

Para que sea atractivo para el cliente se debe partir de una análisis previo que permita identificar las posibles utilidades que se le puede dar a los recursos en los productos turísticos, solo de esta manera los “atractivos dotados de unicidad o características excepcionales incentivan en la población local nuevas formas de aprovechamiento recreativo con fines económicos” Wearing y McDonald (Citado por Vázquez y Vázquez, 2017,p.3), los recursos deben dotarse de determinados elementos para convertirse en atractivos que brinden al turistas las facilidades necesarias y poder ser incluidos en los productos turísticos, además estos deben de caracterizarse por la singularidad de sus elementos, es decir deben de tener particularidades únicas y diferenciadoras, así mismo habrá que considerar la demanda como otro elemento fundamental al momento de convertir estos recursos en productos tangibles, en este sentido la SECTUR (Citado por Pérez, Juárez, Ramírez, Estrella y Propin, 2017) menciona que el “potencial turístico, referido a la fuerza que tiene un territorio para generar beneficios a través del turismo, está condicionado por la manera en que la oferta turística de un espacio se adecua a la demanda que visita dicho lugar” (p.38), los productos deben estar acorde al mercado que se desea captar, a las necesidades, gustos y preferencias de estos.

En este contexto se conoce que la demanda para actividades de turismo alternativo se encuentra en crecimiento, cada vez son más las personas que se interesan por este tipo de actividades de ocio y recreación, sin embargo, es imprescindible que la en el aprovechamiento de estos recursos como potencial turístico se encuentren inmersas las necesidades y deseos de la demanda que

va a consumir ese producto, ya que el territorio “opera bajo una interconexión de variables heterogéneas que incluyen a los recursos disponibles, la aptitud, el potencial y la capacidad de servicio, la modalidad de la oferta, el perfil de la demanda interna y externa” Gómez (Citado por Vázquez y Vázquez, 2017, p.4), tener en cuenta estos elementos en la estructuración del espacio territorial turístico brindará la oportunidad de llevar una planificación adecuada con objetivos claros y estrategias concretas para cada componente antes mencionado.

El aprovechamiento de la potencialidad como componente clave para la elaboración de nuevos productos que correspondan a la demanda emergente es crucial para el desarrollo local ya que “la conformación de productos turísticos es el factor que detona la planeación y gestión del turismo comunitario al activar la acción social de los actores en el aprovechamiento de los recursos patrimoniales locales” (Osorio y Domínguez, 2019, p.4) y además permitirá que la comunidad identifique en el aprovechamiento de estos recursos la posibilidad de diversificar su economía, proteger sus recursos, involucrarse activamente en la planificación de la actividad y beneficiarse desde varios ámbitos, el aprovechamiento de los recursos de turismo alternativo identifica una gran oportunidad para las comunidades como principales beneficiarios pero esto solo se hará palpable bajo la elaboración correcta de productos turísticos compatibles con los recursos y la demanda existente.

2.7. METODOLOGÍAS PARA EVALUAR EL POTENCIAL TURÍSTICO RURAL

En este apartado se expondrán los procesos metodológicos que se obtuvieron a través de la búsqueda bibliográfica para evaluar el potencial turístico especialmente direccionado hacia la zona rural. Se realizarán análisis y comparaciones de las metodologías expuestas por Pérez, Solís, Hernández, Caretta, y Rivera, (2012) con el tema “Potencial turístico de la región Huasteca del estado de San Luis Potosí, México”, además la presentada por Rodríguez, Vargas, Andrade, y Bedolla, (2016) quienes hablan sobre el “Potencial turístico en micro destinos con intervención pública: criterios de valoración” y finalmente la expuesta por Enríquez, Osorio, Franco, Ramírez; y Nava, (2010) con el tema

“Evaluación multicriterio de los recursos turísticos del Parque Estatal Sierra de Nanchititla, Estado de México”, a continuación se realiza breve análisis de las etapas que presentan cada uno de estos autores.

Por razones prácticas se analizarán las metodologías presentadas refiriéndose a estas como metodología uno, dos y tres consecuentemente como fueron presentadas en el párrafo anterior. Por su parte los autores de la metodología uno presentan tres fases de estudio correspondientes a la “jerarquización de los recursos naturales seleccionados, el establecimiento de un factor de ponderación y la elaboración final del índice de valor turístico (VT) de todos los recursos y, por añadidura de cada unidad territorial” (Pérez, et al., 2012, p.10), estos autores realizan un levantamiento de información que corresponde a la caracterización de los recursos naturales y culturales presentes en las zonas y su respectiva jerarquización además en esta parte se tomaron en consideración aspectos de infraestructura turística, luego establecieron un factor de ponderación por cada jerarquía de los atractivos inventariados el total de esta ponderación es igual a uno y finalmente utilizaron este valor de ponderación elaborado por cada unidad territorial y utilizaron una fórmula para determinar el índice de potencialidad.

Por su parte los autores de la metodología dos exponen cuatro fases que corresponden a la “identificación o inventario de los recursos turísticos, categorización de recursos turísticos en grupos de características homogéneas, jerarquización y cuantificación, considerando su importancia, cálculo del Índice de Potencial Turístico (IPT) del territorio” (Rodríguez, et al., 2016, p.12), estos autores como primera parte realizan un inventario de los recursos de la zona explicando sus diferentes características, para luego categorizar estos recursos de acuerdo a diversos factores, como la sostenibilidad, de carácter natural o cultural, la oferta de servicios del lugar, entre otras, en la tercera etapa se jerarquizan los recursos de acuerdo a la categorización realizada en la fase anterior y se establece una escala ordinal entre uno y cinco para su evaluarlos, y finalmente se realiza el cálculo de la potencialidad turística a través de una fórmula tomando en consideración los valores obtenidos en la jerarquización.

Finalmente, los autores de la metodología tres crean un proceso basado en cuatro fases, “primero realiza un inventario, luego se evalúan estos recursos en función de atributos intrínsecos y extrínsecos y después se elaboró una matriz de criterios para cada tipo de recurso y finalmente se realizó una evaluación multicriterio de estos recursos” (Enríquez, et al., 2010, p.25), como podemos observar en esta metodología se realiza a través de una evaluación multicriterio que según Franco (Citado por Enríquez, Osorio Franco, Ramírez; y Nava, 2010) “comprende un conjunto de técnicas que permiten evaluar diversas alternativas de elección a la luz de múltiples criterios y prioridades” (p.21), es decir que se seleccionan los recursos de mayor valor pero utilizando diversos criterios para su evaluación, estos criterios utilizados se encuentran en función de las características propias de cada recurso.

Como se pudo observar en las metodologías propuestas todas parten como línea base desde un inventario de los recursos naturales y culturales de la zona, sin embargo, se analiza que las metodologías uno y dos a más de inventariar los recursos también los jerarquizan de acuerdo a diversos criterios que ellos tomaron en consideración y finalmente elaboran a través de una formula el índice de potencialidad turística de cada recurso, no obstante la metodología tres propone un análisis multicriterio basándose que permite evaluar aspectos de la demanda y la oferta a partir de factores intrínsecos y extrínsecos del territorio para luego seleccionar los que mayor puntaje obtengan en esta evaluación como recursos con mayor potencialidad. Todas estas metodologías aportan de una u otra manera a la investigación, cada una utiliza bases conceptuales de diversos autores lo que interviene en su variación.

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

En el siguiente apartado se establecen las metodologías referenciales a partir de las cuáles se elaboró el proceso metodológico que se utilizó en la investigación conformando así la base para alcanzar los objetivos de estudio, así mismo se realizó un análisis de estas metodologías para evaluar cuales aspectos de estas pudieron contribuir en la elaboración del proceso metodológico que se utilizó en la investigación respectivamente, estableciendo así un estudio de sus fases y herramientas utilizadas para determinar las de mayor aporte para alcanzar los objetivos de la investigación. La investigación es de tipo cualitativa con un enfoque descriptivo y se desarrolló en la zona centro de la provincia de Manabí compuesta por los cantones Bolívar, Junín, Chone y Tosagua.

3.1. ANTECEDENTES METODOLÓGICOS

Para efectos de la investigación las metodologías de referencia fueron elegidas a través de la revisión bibliográfica de artículos científicos y tesis respectivamente, de esta manera se seleccionaron cinco metodologías que fueron las que se acoplaron de mejor manera a lo que deseaba alcanzar en la investigación, para fines investigativos se seleccionaron tres metodologías correspondientes a evaluación del potencial turístico y dos que corresponde a la creación de productos turísticos para de esta manera construir el proceso que se utilizó de tal manera que responda a los objetivos de la investigación, a continuación, se realiza la descripción de cada una de estas metodologías con los elementos más significativos que las conforman, así mismo en el cuadro 3.1 se muestran cada una de las metodologías con sus respectivas fases.

Evaluación multicriterio de los recursos turísticos del Parque Estatal Sierra de Nanchititla, Estado de México (Enríquez, Osorio, Franco, Ramírez, y Nava, 2010) esta investigación muestra cómo, a partir de la ejecución de una evaluación de recursos, se logra crear la viabilidad de impulsar el turismo en un área natural protegida, se realiza un inventario como primer paso que implicó recorrer un amplio territorio, clasificar y discriminar qué recursos son potencialmente aprovechables para el turismo alternativo, luego se realizó una jerarquización de estos recursos a través de la metodología de evaluación

multicriterio para identificar cuáles son los recursos sobre los que hay que trabajar los productos turísticos, la evaluación multicriterio constó de las cualidades que debe tener un atractivo para el desarrollo turístico como la accesibilidad, seguridad, infraestructura, entre otros.

Potencial turístico de la región Huasteca del estado de San Luis Potosí, México (Pérez, Solís, Hernández, Caretta, y Rivera, 2012) esta investigación parte de la elaboración de una metodología que permite evaluar el potencial turístico de un territorio tomando en consideración los recursos naturales y culturales, la infraestructura y el acceso, como punto de partida realiza un inventario y jerarquización de los recursos y luego establece un factor de ponderación de acuerdo a cada categoría del recurso, mientras mayor categoría tiene el recursos mayor será su ponderación, , finalmente elabora el índice de valor turístico (VT) de todos los recursos y, por añadidura, de cada unidad territorial, en esta se suman los valores ponderados para obtener la sumatoria final.

Manual para la planificación de productos turísticos (Ministerio de comercio exterior y turismo de Perú, 2014) este manual consta de cuatro pasos en los cuales se orienta al diseño de productos turísticos con mayor especialización y con el objetivo de diversificarse en respuesta a las nuevas necesidades del mercado, integrando dos aspectos fundamentales, el diseño de una oferta turística que sea acorde a una demanda exigente y en constante evolución, en una perspectiva de desarrollo local, entendiendo que ambas confluyen en el diseño de una experiencia auténtica, en la diversificación y especialización de la oferta y en la rentabilidad del desarrollo turístico nacional.

Potencial turístico en micro destinos con intervención pública: criterios de valoración (Rodríguez, Vargas, Andrade, y Bedolla, 2016) en este trabajo se propone una metodología que permitirá poner en valor el potencial turístico de un micro destino, como criterio de selección para incluir o mantener en un programa de fomento, a un conjunto de comunidades que compiten para obtener los recursos. Se compone de cuatro fases partiendo desde un inventario de los recursos turísticos, para luego categorizarlos en grupos de características homogéneas tomando en consideración la clasificación de recursos de organismo estatales, luego establece una jerarquización y cuantificación

considerando la importancia de cada recurso y finalmente establece el índice de potencial Turístico (IPT) del territorio utilizando una fórmula matemática.

El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador (García, y Doumet, 2017) el objetivo de esta investigación fue el diseño de un producto turístico comunitario para la diversificación de las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador. La metodología propuesta consta de tres fases partiendo desde el diagnóstico turístico situacional y la recopilación de información basándose en las dimensiones social, económica, política e institucional, este diagnóstico concluyo con la realización de un análisis DAFO para identificar estrategias dirigidas a la potencialización de los recursos naturales y culturales que caracterizan el área objeto de estudio. Luego realizaron un estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda actual y potencial y finalmente la construcción del producto turístico que se sustentó en dos rutas turísticas que integran a seis comunidades que forman parte del cantón Bolívar y el diseño del mismo define las estrategias de comercialización y promoción.

Cuadro 3.1: Metodologías referenciales

Enríquez, Osorio, Franco, Ramírez; y Nava, (2010)	Pérez, O., Solís, V., Hernández, H., Caretta, M y Rivera, J. (2012)	Ministerio de comercio exterior y turismo de Perú (2014)	Rodríguez, F., Vargas, E., Andrade, M y Bedolla, J. (2016)	García, N y Doumet, Y. (2017)
Fase 1: Inventario de los recursos turísticos Fase 2: Evaluación de los recursos turísticos Fase 3: Evaluación multicriterio de los recursos	Fase 1: Jerarquización de los recursos naturales seleccionados. Fase 2: Establecimiento de un factor de ponderación, de acuerdo con la categoría en que está integrado el recurso. Fase 3: Elaboración final del índice de valor turístico (VT) de todos los recursos y, por añadidura, de cada unidad territorial	Fase 1: Análisis del destino turístico Fase 2: Conceptualización del producto turístico Fase 3: Diseño del producto Fase 4: Plan de acción	Fase 1: Identificación o inventario de los recursos turísticos Fase 2: categorización de recursos turísticos en grupos de características homogéneas Fase 3: jerarquización y cuantificación, considerando su importancia Fase 4: Cálculo del Índice de Potencial Turístico (IPT) del territorio	Fase 1: Diagnóstico turístico Fase 2: Estudio de mercado Fase 3: Diseño, estructura y Diseño del Producto

Fuente: Elaboración propia a partir de autores citados

Tomando como referencia las metodologías propuestas en el cuadro 3.1. se procedió a realizar una leyenda con las fases más relevantes de cada proceso

metodológico expuesto, el fin de la elaboración de esta leyenda fue integrar las fases que son similares en las metodologías y que estas contribuyan a la matriz de integración de criterios que se elaboró posteriormente. Así la leyenda se estructura de la siguiente manera:

Cuadro 3.2. Leyenda de criterios

A	Diagnóstico turístico	F	Análisis del destino turístico
B	Evaluación multicriterio de los recursos	G	Conceptualización del producto turístico
C	Establecimiento de un factor de ponderación	H	Diseño del producto
D	Elaboración del índice de valor turístico	I	Plan de acción
E	Estudio de mercado		

Fuente: Elaboración propia.

Seguidamente se elaboró la matriz de integración de criterios partiendo desde la leyenda elaborada en el cuadro 3.2. para de esta manera establecer un análisis comparativo de cada una de las metodologías propuestas y analizar cuál es el referente metodológico de mayor relevancia.

Cuadro 3.3. Matriz de integración de criterios

N.º	AÑO	AUTOR	INDICADORES									TOTAL
			A	B	C	D	E	F	G	H	I	
1	2010	Enríquez, Osorio, Franco, Ramírez, y Nava	X	X								2
2	2012	Pérez, Solís, Hernández, Caretta, y Rivera	X		X	X						3
3	2014	Ministerio de comercio exterior y turismo de Perú					X	X	X	X	X	5
4	2016	Rodríguez, Vargas, Andrade, y Bedolla	X			X						2
5	2017	García, y Doumet	X				X	X	X	X		5

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en el cuadro 3.3. en la integración de criterios autores como García y Doumet (2017) propusieron que se inicie la investigación con un diagnóstico turístico que ayude a tener una idea de la situación actual del turismo

en la zona de estudio sin embargo estas investigaciones responden al diseño de productos turísticos no obstante para fines investigativos se consideró necesario realizar este diagnóstico, por otra parte, los autores Enríquez et al., (2010), Pérez et al., (2012) y Rodríguez et al., (2016) consideran que la primer fase debe ser únicamente un inventario turístico que caracterice y jerarquice los recursos turísticos de la zona.

Los autores Pérez et al., (2012) y Rodríguez et al., (2016) coincidieron que se debe elaborar un índice de valor turístico que integre las categorías de los recursos seleccionados previamente siendo este la suma de los valores asignados en estas categorías, sin embargo, los autores Enríquez et al., (2016) proponen que se valoren los recursos turísticos a través de una evaluación multicriterio de los mismo, que se basa en evaluar los recursos a través de diversos criterios que permitan una mejor selección de los mismos, todo esto en relación a la evaluación del potencial turístico.

Para el diseño del producto turístico propusieron un estudio de mercado y consecuentemente la estructuración del producto turístico, sin embargo, la Secretaría nacional de turismo de Chile (2015) proponen otras fases complementarias como un plan de acción, procedimiento que en el caso de García y Doumet (2017) se no se encuentran dentro de ninguna de sus fases.

3.2. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO

Tomando como referencia las metodologías antes propuestas pero tomando como principal referente a García y Doumet (2017) y a Pérez et al., (2012) y partiendo de la integración de los criterios analizados en el apartado anterior, se procede a realizar el procedimiento metodológico que se utilizó en la investigación para la consecución de los objetivos propuestos, la metodología que se plantea está constituida por tres fases con sus respectivas actividades, métodos, técnicas y herramientas, como se muestra en el cuadro 3.4:

Cuadro 3.4. Procedimiento metodológico

FASES	ACTIVIDADES	MÉTODOS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS
FASE I Análisis del territorio turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar el inventario de recursos y catastro de servicios turísticos • Análisis de la inversión pública y privada • Analizar la percepción de la demanda y la comunidad residente con respecto al turismo alternativo • Realizar un FODA estratégico 	<ul style="list-style-type: none"> • Método descriptivo • Revisión bibliográfica • Investigación de campo • Fichas de inventario • Cuestionario de entrevista • Cuestionario de encuesta <ul style="list-style-type: none"> • Muestreo • Excel • Matriz FODA
FASE II Medición de la potencialidad turística	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar la potencialidad turística • Georreferenciar las áreas con mayor potencial turístico a través del SIG • Conceptualizar las modalidades turísticas 	<ul style="list-style-type: none"> • Método descriptivo • Ficha de indicadores • Matriz de potencialidad • Sistemas de información geográfica • Fichas de conceptualización turística
FASE III Elaboración de productos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Definir la idea a desarrollar • Definir el público objetivo • Diseñar el catálogo de productos • Graficar mapas de productos turísticos • Determinar estrategias de comercialización y canales de distribución 	<ul style="list-style-type: none"> • Método descriptivo • Matriz de caracterización de cliente • Portafolio de productos turísticos • Ficha de costos

Fuente: Elaboración propia

3.3. DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA PROPUESTA

Luego de presentadas las fases que se utilizaron en la investigación, se procede a realizar la caracterización de cada una de estas con sus respectivas actividades, métodos, técnicas y herramientas que se manejaron para la consecución de los objetivos de investigación propuestos.

3.3.1. FASE 1: ANÁLISIS DEL TERRITORIO TURÍSTICO

Por medio de esta fase se buscó crear una línea base que sirvió para identificar la situación actual del turismo en los cuatro cantones que conforman la zona centro de Manabí para ello se utilizó el método descriptivo, dicha fase se compuso de cinco actividades, primero se realizó la revisión y análisis del inventario turístico en el que se determinó los recursos turísticos con los que cuenta cada cantón y las condiciones en las que estos se encuentran para determinar su uso turístico por medio de fichas de inventario turístico, además se tomó en consideración el catastro turístico existente y su debido análisis para

establecer las actividades de naturaleza turística presentes en el área de estudio como lo son los establecimientos de hospedaje, restauración, esparcimiento nocturno, entre otras y sus condiciones actuales, todo esto a través de la búsqueda bibliográfica y la solicitud a cada Gobierno Autónomo descentralizado para obtener la información necesaria. Consecuentemente se realizó un análisis de la inversión pública y privada a través de la aplicación de cuatro entrevistas dirigidas a los principales actores y gestores del turismo en los cuatro cantones que conforman la zona centro de Manabí con el fin de determinar cómo funciona la gestión turística del objeto de investigación y cuáles son las acciones ejecutadas para el desarrollo turístico del área, seguidamente se realizó el análisis de la percepción de la demanda a través de datos actualizados obtenidos de la revisión bibliográfica y de la comunidad local a través de cuestionario de encuestas dirigidas a la población de los diversos cantones, para ello se utilizó la técnica de muestreo a través de la aplicación de la fórmula de población desconocida.

$$n = \frac{z^2 * p * q}{d^2}$$

En donde,

- Z = nivel de confianza, 1,96
- P = probabilidad de éxito, o proporción esperada 0,5
- Q = probabilidad de fracaso 0,5
- D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción) 0,05

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

$$= \frac{(3,8416)(0,25)}{0,0025}$$

$$N = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$N = 196$$

La fórmula dio como resultado un total de 196 personas a las que se le aplicó la encuesta con el fin de determinar la percepción de la comunidad con respecto al turismo, el análisis de estos datos se realizó a través del programa estadístico Excel. Finalmente, luego de determinar al análisis turístico territorial se procedió a elaborar un FODA estratégico a través de una matriz FODA que permitió determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que cuenta el territorio.

3.3.2. FASE 2: MEDICIÓN DE LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA

El objetivo de esta fase fue medir la potencialidad turística del territorio y describir cuáles son las modalidades turísticas presentes en la zona que se desarrollarían en base a la potencialidad con la que cuenta el territorio utilizando el método descriptivo, para la consecución de esta fase se realizaron tres actividades, la primera fue la evaluación de los atractivos y recursos y del territorio a través de una ficha de criterios en esta se consideraron los criterios que inciden en el uso turístico de un territorio como la accesibilidad, estado de conservación del recurso, infraestructura y servicios, particularidad del atractivo, algunos de estos criterios se evaluaron por recurso turístico y otros se diseñaron para evaluar la potencialidad turística por cantón, cada criterio se valoró en una escala de 1 (puntuación más baja) al 4 (puntuación mayor), luego se realizó la sumatoria por cada atractivo y/o recurso y así mismo por cada territorio sumando los atractivos que corresponden a cada uno de ellos.

Consecutivamente se realizó una georreferenciación que identifique las áreas que obtuvieron mayor puntaje en el índice de potencialidad turística a través de un sistema de información geográfica denominado ARGIS, y finalmente en base a la potencialidad turística determinada se identificaron las modalidades de turismo alternativo a utilizar en el diseño de los productos turísticos a través de la utilización de fichas de conceptualización turística propuestas por el Ministerio de comercio exterior y turismo de Perú.

3.3.3. FASE 3: ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

En esta fase se diseñaron los productos turísticos alternativos en función de las tipologías identificadas en las fases anteriores, la misma constó de cinco actividades, la primera fue la definición de la idea a desarrollar en la que se

precisaron el valor agregado que los productos tienen, que atributos y servicios se ofrecen, cuáles son los atractivos que se integraron y en función de qué tipo de turismo se trabajó a través de una matriz de atributos. Luego se definió el público objetivo al que se dirigieron los productos en función del perfil del turista pos covid-19 definido por el MINTUR y se seleccionaron entre los segmentos identificados en el estudio de la demanda cual fue el público al que se dirigió el producto, finalmente considerando los atributos identificados anteriormente se diseñó el catálogo de productos que se van a ofertar a través de un portafolio de productos turísticos en la que se ubicaron las características de los productos turísticos, sus actividades y servicios, finalmente se realizó las estrategias de comercialización y canales de distribución tomando en consideración lo expuesto propuesta por Kotler, Madariaga, Flores, Bowen, y Makens, (2011) en la que figuran aspectos como la elección de los medio publicitarios, las estrategias de comunicación y promoción del producto, las ventas, elaboración de la marca, entre otros aspectos.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El presente capítulo contiene los principales resultados producto del desarrollo de las fases propuestas en la estructura metodológica de la investigación, así como las herramientas y técnicas de recolección de información que se utilizaron en cada una de ellas.

4.1. FASE I. ANÁLISIS DEL TERRITORIO TURÍSTICO

Como punto de partida se realizó un diagnóstico turístico de los cantones que componen la zona centro de Manabí, se recopiló información sobre las principales características del área, los recursos, servicios y productos con los que cuenta y se analizó la inversión pública y privada, así como la percepción hacia el desarrollo del turismo alternativo desde el punto de vista de los residentes.

La provincia de Manabí según su división política “cuenta con 22 cantones divididos en tres zonas, la zona norte, centro y sur” (Gobierno Provincial de Manabí, 2016, p. 31). La zona centro se encuentra compuesta por los cantones Chone, Junín, Bolívar y Tosagua, su población urbana es de 82,961 habitantes y la zona rural es de 137.916 habitantes INEC (Como se citó en Gobierno Provincial de Manabí, 2016, p. 106), existe una seria predominancia de la población rural por lo que sus principales actividades productivas están basadas en labores agrícolas y ganaderas. Turísticamente el área se caracteriza por poseer paisajes, ríos, cascadas y una oferta gastronómica con un gran potencial para practicar turismo alternativo pero que en su mayoría han sido poco desarrolladas. En la imagen 4.1 se señala el mapa de Manabí con los cantones que conformarán la zona de estudio.



Imagen 4.1: Localización de la Provincia de Manabí y la zona de investigación
Fuente: Google Earth (2020)

4.1.1. ANÁLISIS DEL INVENTARIO DE RECURSOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

A continuación, se analiza la oferta de servicios y atractivos turísticos de cada cantón que compone la zona centro de Manabí, para identificar la oferta actual de servicios turísticos.

4.1.1.1. CANTÓN BOLÍVAR

El cantón Bolívar se encuentra ubicado en el “sector oriental de la provincia, limita al norte con el cantón Chone, al sur con Junín, al este con Pichincha y al Oeste con Tosagua, está dividido en una parroquia urbana: Calceta y dos rurales: Quiroga y Membrillo” (Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Bolívar, 2015, p. 13), turísticamente el cantón posee varios atractivos y recursos turísticos que con un adecuado desarrollo podría despertar el interés de los turistas. A continuación, en la figura 4.1. se muestra la localización del cantón Bolívar.

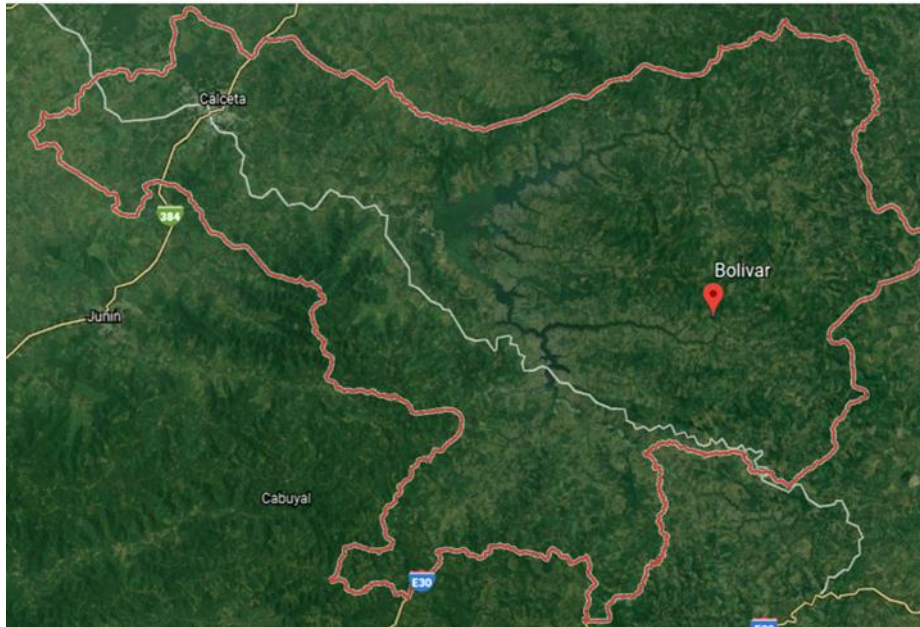


Imagen 4.2: Localización del cantón Bolívar
Fuente: Google Earth (2020)

De acuerdo al inventario de recursos turísticos del cantón se señala que existen treinta y nueve atractivos y/o recursos turísticos dentro del cantón, de los cuales veinte se encuentran en la parroquia Calceta, diez en la parroquia Quiroga y nueve en la parroquia Membrillo, de los cuáles veintidós se encuentran categorizados como culturales y quince en la categoría de naturales según la clasificación del MINTUR, en relación a las jerarquías, once se encuentran en categoría III, once como categoría II, dos como categoría I y quince de los treinta y nueve se encuentran en calidad de recursos turísticos que no reúnen las condiciones necesarias para convertirse en atractivos. En el siguiente cuadro se realiza un resumen de los atractivos y recursos que se encuentran presentes en el cantón Bolívar.

Cuadro 4.1: Atractivos y recursos turísticos del cantón Bolívar

ATRACTIVO / RECURSO	PARROQUIA	CATEGORÍA	JERARQUÍA
Balneario de agua dulce Platanales	Calceta	Atractivos naturales	II
Balneario de agua dulce Balsa	Calceta	Atractivos naturales	II
Fiesta de San Juan	Calceta	Manifestaciones culturales	III
Festival de los Balseros	Calceta	Manifestaciones culturales	III
Paraje Natural y Cultural Colinas del Sol	Calceta	Manifestaciones culturales	II
Finca Agroturística Sarita	Calceta	Manifestaciones culturales	III
Artesanías Utilitaria - Ollas Barro	Calceta	Manifestaciones culturales	II
Artesanías Sombrero de Paja Mocora	Calceta	Manifestaciones culturales	II
Dulces de Calceta	Calceta	Manifestaciones culturales	II
Corporación Fortaleza del Valle	Calceta	Manifestaciones culturales	III
Iglesia San Agustín	Calceta	Manifestaciones culturales	III
Parque Abdón Calderón	Calceta	Manifestaciones culturales	II
Parque Ferroviario	Calceta	Manifestaciones culturales	III
Parque Simón David Velásquez	Calceta	Manifestaciones culturales	III
Plaza Cívica de Bolívar	Calceta	Manifestaciones culturales	II
Antigüedades del Cuerpo de Bomberos	Calceta	Manifestaciones culturales	Recurso
Lagunas Quinta El Rocío	Calceta	Atractivo Natural	Recurso
Cascada de Kimba	Calceta	Recurso natural	Recurso
Cascada El Aguacate	Calceta	Recurso natural	Recurso
Lagunas de Bijahual	Calceta	Recurso natural	Recurso
Cerro Mil Pesos	Quiroga	Atractivo Natural	Recurso
Cascadas y Grutas de Julián	Quiroga	Atractivo Natural	II
Cascada Mormiunda	Quiroga	Recurso natural	Recurso
Festival de la Regata Aldo Cano Patiño	Quiroga	Manifestaciones culturales	III
Finca ecológica Oasis	Quiroga	Manifestaciones culturales	III
Represa Sixto Durán Ballén	Quiroga	Manifestaciones culturales	III
Cascada Severino	Quiroga	Atractivo Natural	Recurso
Centro agropecuario Roberth Párraga	Quiroga	Manifestaciones culturales	Recurso
Puente Carrizal	Quiroga	Manifestaciones culturales	Recurso
Puente Colgante de Severino	Quiroga	Manifestaciones culturales	Recurso
Cascada de Chapulí	Membrillo	Atractivo Natural	II
Cascada La Mina	Membrillo	Recurso natural	
Bosque Protector Primera Piedra	Membrillo	Atractivo Natural	II
Asociación Artesanal La Pepa de Oro	Membrillo	Manifestaciones culturales	III
Túnel de Membrillo	Membrillo	Manifestaciones culturales	Recurso
Centro agropecuario La Fortuna	Membrillo	Recurso natural	I
Puerto Dos Bocas	Membrillo	Recurso natural	Recurso
Cascada El Tigre	Membrillo	Recurso natural	Recurso
Cascada Primera Piedra	Membrillo	Recurso natural	Recurso

Fuente: Elaboración propia a partir del Plan estratégico de desarrollo turístico del GAD Bolívar (2018)

De los cuarenta atractivos y/o recursos mencionados se puede señalar que su desarrollo y uso turístico es incipiente, los servicios turísticos ofertados son básicos, la accesibilidad en ciertos casos es regular, algunos de ellos sobre todos los de carácter natural están condicionados por la temporada invernal, la demanda que reciben los lugares es local con un leve mercado de los cantones aledaños, pese a esto, algunos de estos sitios representan un gran potencial turístico para el desarrollo rural, por la peculiaridad de sus paisajes, la versatilidad para realizar actividades de diversa índole y la cultura que caracteriza la zona.

En relación a los servicios turísticos se puede señalar que el cantón Bolívar de acuerdo con el GAD Bolívar (2018) cuenta con trece establecimientos de alojamiento registrados con una capacidad de ciento dieciséis habitaciones y trescientas cincuenta y seis camas, setenta y un locales destinados a la venta de alimentos y bebidas con un total de quinientas dos mesas y dos establecimientos registrados que prestan servicios de recreación y en los cuales no figura la capacidad, en el cuadro 4.2. se realiza una síntesis de lo mencionado anteriormente.

Cuadro 4.2: Servicios turísticos del cantón Bolívar

SERVICIOS TURÍSTICOS	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	CAPACIDAD	
Alojamiento	13	Número de habitaciones	116
		Número de camas	356
		Número de plazas	16.134
Alimentos y bebidas	71	Número de mesas	502
		Número de plazas en mesa	2052
Servicios de recreación	2		

Fuente: Elaboración propia a partir del Plan estratégico de desarrollo turístico del GAD Bolívar (2018)

En relación a los establecimientos de hospedaje, los servicios que brindan estos medios de alojamiento son básicos en su mayoría cuentan con aire acondicionado y Tv por cable, aunque existe una minoría que cuenta con servicios de alimentación, se puede considerar que algunos no cumplen con los requisitos mínimos para ser considerados hoteles sin embargo, cuentan con el permiso de funcionamiento, la infraestructura hotelera en el cantón es básica y existe una sobredimensión de la oferta en relación a la demanda, adicional a esto el servicio ofertado no siempre es de buena calidad dentro de los establecimientos, ya que las personas que laboran en estos no han sido preparados en carreras afines a la actividad que realizan.

En cuanto a los servicios de alimentos y bebidas entre los cuales figuran bares, restaurantes, cevicherías, cafeterías y asaderos, estos establecimientos en su mayoría brindan almuerzos, platos a la carta y parrilladas, las plazas totales disponibles suman quinientas dos mesas aproximadamente las cuales se encuentran distribuidas por toda la cabecera cantonal Calceta, estos establecimientos en su mayoría cuentan con un servicio poco satisfactorio y la infraestructura en algunos casos no es la óptima, el personal no ha sido

capacitado en temas de servicio y atención al cliente ni en el tratamiento y manejo de alimentos.

Con respecto a los servicios de transporte, el cantón no cuenta con compañías que se dediquen o se encuentren certificadas para labores netamente turísticas, existen dos compañías de taxis convencionales, una compañía de buses urbanos que trabajan en las tres parroquias del cantón y algunas compañías que brindan servicios intercantonales e interprovinciales, cabe destacar que las vías de acceso en especial las de segundo orden y las de las parroquias rurales se encuentran en mal estado. En cuanto a la señalización turística, algunos de los atractivos más importantes del cantón y zonas de uso turístico se encuentran señalizados, las labores de señalización fueron emprendidas como parte de los proyectos de vinculación con la sociedad, desarrollados por la carrera de turismo de la ESPAM MFL, sin el apoyo del GAD Bolívar.

4.1.1.2. CANTÓN CHONE

El cantón Chone se encuentra ubicado en la zona centro de Manabí, tiene una extensión de “3.570 Km², limita al norte con el cantón Pedernales y la provincia de Esmeraldas, al sur con Pichincha, Bolívar y Tosagua y al este con la Provincia de Esmeraldas y los cantones El Carmen y Flavio Alfaro” (Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Chone [GAD CHONE], 2014, p. 8), cuenta con nueve parroquias, dos urbanas y siete rurales y una población de “126.491 habitantes” según el INEC (Como se citó en GAD Chone, 2014, p.8), sus principales actividades productivas son la acuicultura, agricultura y ganadería. En la figura 4.2. se muestra la localización geográfica del cantón Chone.

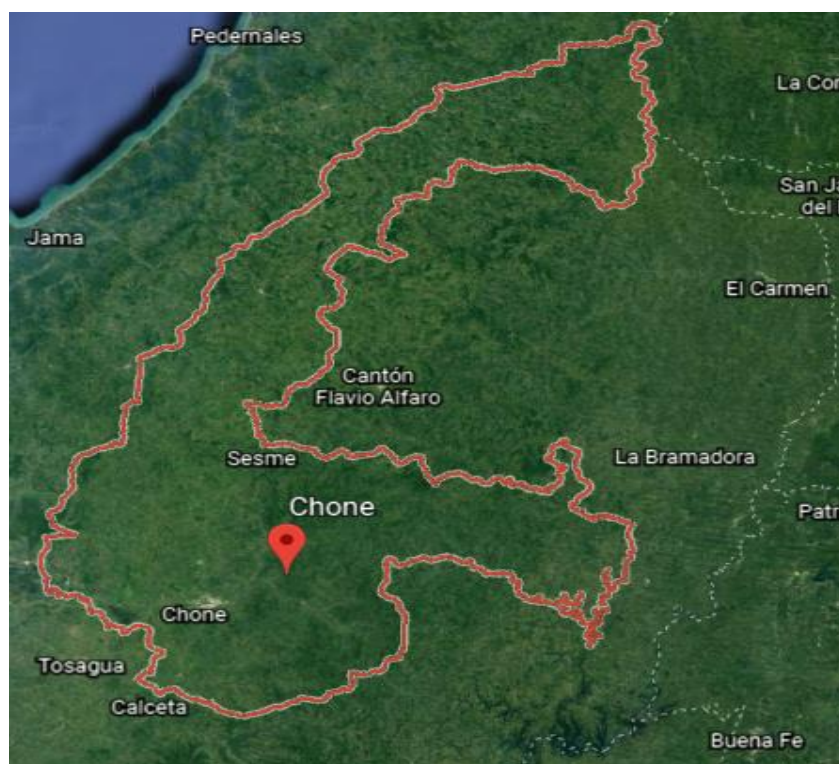


Imagen 4.3: Localización del cantón Chone

Fuente: Google Earth (2020)

Turísticamente el cantón cuenta con varias potencialidades turísticas, entre ellas se puede destacar la presencia de diecisiete atractivos y/o recursos naturales y culturales, entre los que destacan balnearios de agua dulce, cascadas, festivales, quintas recreacionales y un humedal declarado sitio RAMSAR de importancia internacional. De los atractivos que constan en el cuadro 4.3. ocho están en la clasificación de manifestaciones culturales y cinco en la categoría de sitios naturales, así mismo seis se encuentran localizados en parroquias rurales mientras que tres se encuentran en una parroquia urbana.

Cuadro 4.3: Atractivos y recursos turísticos del cantón Chone

ATRATIVOS / RECURSOS	PARROQUIA	CLASIFICACIÓN
Hostería Rancho La Favorita	Canuto	Manifestaciones Culturales
Cabañas El Toto	Canuto	Sitios Naturales
Balneario El Caracol	Santa Rita	Sitios Naturales
Cascadas Café Color Tierra	Santa Rita	Sitios Naturales
Finca Ecológica Café Color Tierra	Santa Rita	Manifestaciones Culturales
Balneario El Tecal	Ricaurte	Sitios Naturales
Balneario La Poza	Canuto	Sitios Naturales
Iglesia Santa Rita	Canuto	Manifestaciones Culturales
Festival de la natilla	Canuto	Manifestaciones Culturales
Cantiles el Jobo	Santa Rita	Sitios Naturales
Piedra y Cueva la dibujada	Ricaurte	Sitios Naturales
Bosque de transición	Boyacá	Sitios Naturales

Cascada la Guabina	Santa Rita	Sitios Naturales
Mirador Cerro Guayas	Santa Rita	Manifestaciones Culturales
Monumento a los Raidistas	Santa Rita	Manifestaciones Culturales
Casa antigua la Providencia	Santa Rita	Manifestaciones Culturales
Artesanías y talabarterías en Boyacá	Boyacá	Manifestaciones Culturales

Fuente: Elaboración propia a partir de fichas de atractivos turísticos del GAD Chone (2019)

De los servicios turísticos que presta el cantón Chone, existen seis establecimientos hoteleros y cinco bajo la denominación de hostales, los hoteles tienen un total de ciento quince habitaciones y ciento cincuenta y una camas, mientras que de los hostales solo consta la información de cincuenta y dos plazas. Los establecimientos de alimentos y bebidas por su parte suman cincuenta en el cantón con cuatrocientas diecisiete mesas y dos mil setenta y una plazas en mesa, en relación a los servicios de recreación existen veintitrés establecimientos catastrados que brindan servicios de diversa índole. En el cuadro 4.4. se encuentra resumida la información presentada.

Cuadro 4.4: Servicios turísticos del cantón Chone

SERVICIOS TURÍSTICOS	TIPO	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	CAPACIDAD	
Alojamiento	Hoteles	6	Número de habitaciones	115
			Número de camas	151
	Hostales	5	Número de plazas	52
Alimentos y bebidas		50	Número de mesas	417
			Número de plazas en mesa	2071
Servicios de recreación		23		
Agencia de viajes		1		

Fuente: Elaboración propia a partir del catastro turístico del GAD Chone (2019)

De los establecimientos de hospedaje tres de ellos no cuentan con el permiso que otorga el MINTUR como institución reguladora y dos no se encuentran registrados formalmente, además tres de ellos manejan habitaciones para personas con capacidades diferentes y manifestaron que capacitan a sus empleados en servicio y atención al cliente. Una de las deficiencias que tienen estos establecimientos es la limitada preparación técnica que tienen las personas que laboran en ellos, además en ciertos casos la infraestructura turística no es adecuada ni brinda las comodidades necesarias a los turistas. En el caso de los negocios de alimento y bebidas brindan platos a la carta, asados, ceviches, almuerzos y comidas rápidas, de los cincuenta establecimientos catastrados sólo veintidós poseen el registro legal, mientras que los demás

manifiestan que se encuentran en proceso de tramitación, en cuanto a accesibilidad sólo veinticinco establecimientos cuentan con buen acceso.

En relación a los servicios de recreación estos tienen capacidad para albergar a tres mil cuatrocientas sesenta personas, nueve de ellos cuentan con señalización turística, estos establecimientos son de diversa índole y prestan varios servicios que van desde actividades de esparcimiento y recreación hasta servicios de alimentación, en algunos casos estos establecimientos no cuentan con las normas de seguridad que garantice la integridad física del turista. En relación a la accesibilidad y conectividad del cantón las vías principales se encuentran en buen estado, sin embargo, algunas de las vías secundarias que conectan las parroquias rurales con la cabecera cantonal están en proceso de deterioro, en relación al transporte a este cantón llegan gran cantidad de cooperativas interprovinciales e intercantonales al ser un punto que conecta varias ciudades y ya que cuenta con una terminal terrestre, el transporte interno se da por varias cooperativas de taxis y transporte urbano presentes en la zona.

4.1.1.3. CANTÓN JUNÍN

El cantón Junín se encuentra cuenta con una extensión de “246,07 km², limita al norte con los cantones Tosagua y Bolívar, al sur con el Cantón Portoviejo, al este con el cantón Bolívar y al oeste con los cantones Tosagua, Rocafuerte y Portoviejo” (Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Junín, 2014, p.35), sus principales actividades productivas son agricultura, ganadería y avicultura, cuenta con una sola parroquia urbana que lleva su mismo nombre, en la figura 4.3. se encuentra la localización geográfica del cantón.

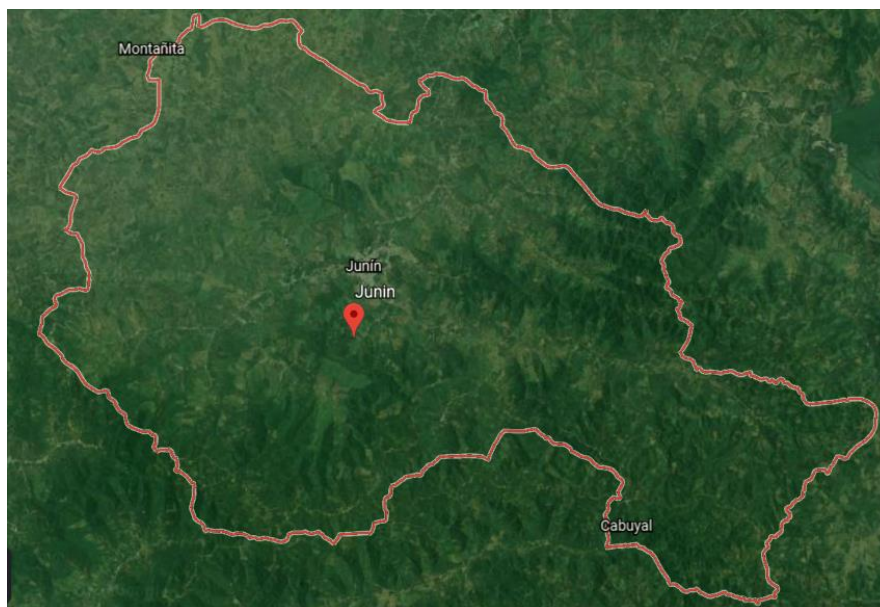


Imagen 4.4: Localización del cantón Junín
Fuente: Google Earth (2020)

En el ámbito turístico el cantón Junín ha tenido un desarrollo lento a pesar de contar con potencialidades turística de gran interés, su desarrollo se ha visto afectado por factores como la inadecuada planificación y desarrollo de actividades turísticas, el cantón no cuenta con un inventario y catastro turístico por lo que se toma como referencia el inventario y catastro turístico nacional realizado por el MINTUR, en el cual figura que el cantón Junín cuenta con cinco atractivos turístico que se reflejan en el cuadro 4.5.

Cuadro 4.5: Atractivos y recursos turísticos del cantón Junín

ATRACTIVO / RECURSO	CLASIFICACIÓN	JERARQUIZACIÓN
Elaboración de panela con caña de azúcar	Manifestaciones Culturales	III
Elaboración de alcohol (aguardiente)	Manifestaciones Culturales	II
Conjunto parcial colonial	Manifestaciones Culturales	II
Cueva del Diablo	Sitios Naturales	II
Balneario de agua dulce sol y Agua	Sitios Naturales	II

Fuente: Elaboración propia a partir del inventario de atractivos turísticos del MINTUR (2020)

De los atractivos mencionados anteriormente tres de ellos están catalogados como manifestaciones culturales y los dos restantes como sitios naturales, de la misma manera cuatro se encuentran jerarquizados como categoría II y solo uno como categoría III. Sin duda uno de los puntos claves para el desarrollo turístico del cantón es la elaboración artesanal de productos como el alcohol, panela, y otros dulces cuyo proceso tiene una larga historia que encierra importantes

tradiciones, a nivel general es necesario que las partes involucradas identifiquen los recursos reales y potenciales de la zona a fin de promover su uso turístico.

En relación a los servicios turísticos que se prestan en la zona, según el Catastro del MINTUR de los establecimientos legalmente registrados se encontraron dos servicios de alojamiento bajo la modalidad de hostales pero no se encontró registro de la capacidad de dichos establecimientos, en cuanto a servicios de alimento y bebidas se encontraron registrados dos establecimientos con un número de dieciocho y un total de plazas en mesa de setenta y dos, de los servicios de recreación se puede encontrar la presencia de dos establecimientos con capacidad de treinta y cinco mesas y ciento cuarenta plazas en mesa, la información analizada se presenta en el cuadro 4.5.

Cuadro 4.6: Servicios turísticos del cantón Junín

SERVICIOS TURÍSTICOS	TIPO	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	CAPACIDAD	
Alojamiento	Hostales	2		
Alimentos y bebidas		2	Número de mesas	18
			Número de plazas en mesa	72
Servicios de recreación		2	Número de mesas	35
			Número de plazas en mesa	140

Fuente: Elaboración propia a partir del catastro turístico del MINTUR (2020)

Los servicios de alojamiento identificados cuentan con una estrella según la categorización del MINTUR de acuerdo a los servicios que se brindan, la debilidad de estos servicios es el personal poco capacitado o escasez del mismo para realizar las actividades necesarias, lo que repercute en la mala calidad del servicio ofrecido, adicionalmente la infraestructura en determinadas ocasiones no satisface las necesidades de los turistas. De los establecimientos de alimentos y bebidas se puede observar un aumento de negocios informales que no se encuentran registrados en la base del MINTUR, en algunos casos estos negocios no prestan las medidas necesarias para brindar una atención adecuada al cliente, en cuanto a los servicios de recreación los dos establecimientos identificados están catalogados como termas y balnearios bajo la modalidad de quintas turísticas, estas brindan servicios de recreación y esparcimiento además de servicios de alimentación.

En relación a servicios de transporte se puede señalar que no existen cooperativas que brinden servicios netamente turísticos, sin embargo el cantón es un punto importante de conexión entre cantones por lo que varias cooperativas realizan su recorrido por el lugar, una falencia que tiene el cantón es que no cuenta con una terminal terrestre donde se pueda hacer embarque y desembarque de pasajeros, por lo que esta actividad se realiza en la calle principal sin mayor control ni paradas establecidas ocasionando desorganización en la zona céntrica. En cuanto al estado de las vías se puede mencionar que las vías principales se encuentran en buen estado, sin embargo, las vías que conducen a los centros rurales y caminos vecinales no se encuentran en óptimas condiciones.

4.1.1.4. CANTÓN TOSAGUA

El cantón Tosagua está ubicado al noroeste de la provincia cuenta con una extensión de “379,4331 Km², limita al norte con los cantones Chone y Sucre, al sur con Junín y Rocafuerte, al este con Bolívar y al oeste con Sucre, su población es de 39.515 habitantes” (Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Tosagua, 2015, p.32), está compuesto por una parroquia urbana y dos parroquias rurales, sus principales actividades productivas son la agricultura, ganadería y pesca. En la figura 4.4 se muestra la localización geográfica del cantón.

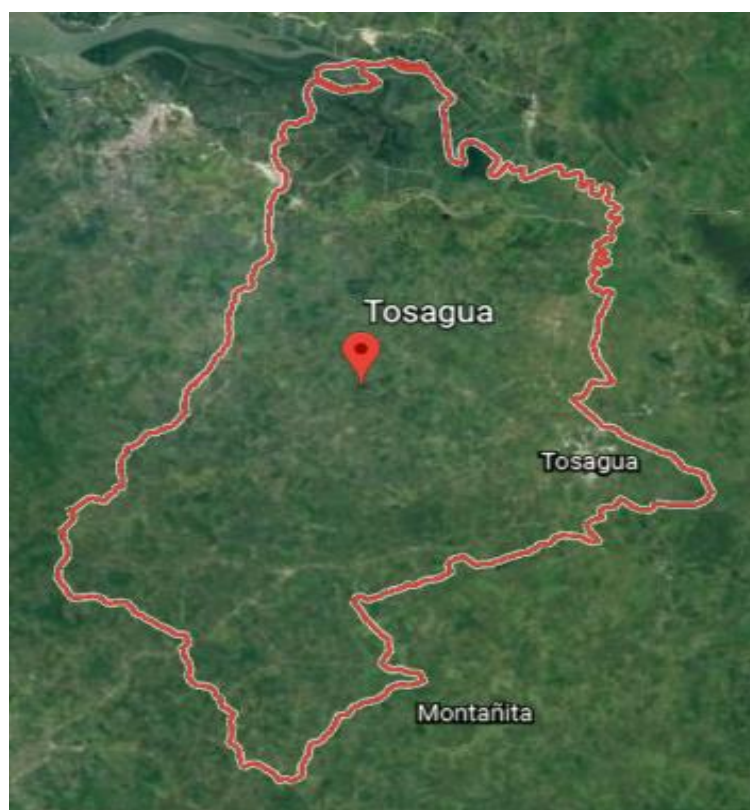


Imagen 4.5: Localización del cantón Tosagua

Fuente: Google Earth (2020)

Turísticamente el cantón Tosagua de acuerdo a la información proporcionada por el departamento de turismo cuenta con catorce atractivos y/o recursos turísticos naturales y culturales, de los cuales tres son de carácter natural, mientras que once pertenecen a manifestaciones culturales, entre estos atractivos destacan los balnearios de agua dulce, complejos turísticos y fincas agroturísticas, en el cuadro 4.6. se muestra los atractivos identificados.

Cuadro 4.7: Atractivos y recursos turísticos del cantón Tosagua

ATRATIVO / RECURSO	PARROQUIA	CLASIFICACIÓN
Balneario la Estancilla	La Estancilla	Sitios naturales
Balneario Bachillero	Ángel Pedro Giler	Sitios naturales
Hacienda agroturística la esperanza	Ángel Pedro Giler	Manifestaciones culturales
Rancho San José	Tosagua	Manifestaciones culturales
Centro artesanal el barro	Tosagua	Manifestaciones culturales
Centro artesanal el arte de ñero	Tosagua	Manifestaciones culturales
Bosque Abdón Bermúdez	Tosagua	Sitios naturales
Complejo turístico la estancia de don Vicho	Ángel Pedro Giler	Manifestaciones Culturales
Complejo turístico y deportivo las chozas	Tosagua	Manifestaciones Culturales
Feria cultural gastronómica Olla de barro	Tosagua	Manifestaciones Culturales
Feria libre dominical	Tosagua	Manifestaciones Culturales
Festividades en honor a la virgen inmaculada	Tosagua	Manifestaciones Culturales
Fiestas de San Pedro y San Pablo	Tosagua	Manifestaciones Culturales
Hipódromo los tulpanes	Tosagua	Manifestaciones Culturales

Fuente: Elaboración propia a partir del GAD Tosagua (2020)

De los recursos antes descritos se puede señalar que son elementos con un gran potencial turístico pero que su desarrollo se ha visto marcado por una escasa planificación, gestión y promoción turística, insuficiente e inadecuada infraestructura turística, poca o nula señalización turística y ausencia de inversiones e incentivos por parte del sector público y privado. En relación a los servicios turísticos de la zona según el catastro turístico del cantón se encuentran registrados como establecimientos turísticos cuatro negocios correspondientes al sector de alojamiento, ochenta y uno registrados como alimentos y bebidas, una asociación turística y uno como transporte turístico, como se muestra en el cuadro 4.9.

Cuadro 4.9: Servicios turísticos del cantón Tosagua

SERVICIOS TURÍSTICOS	TIPO	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	CAPACIDAD	
			Número de habitaciones	Número de plazas
Alojamiento	Hoteles	4	Número de habitaciones	105
			Número de plazas	252
Alimentos y bebidas	Restaurantes	76		
	Cafeterías	5		
Transporte turístico		1		
Asociaciones		1	Socios	33

Fuente: Elaboración propia a partir de catastro turístico del cantón Tosagua (2020)

De los servicios turísticos registrados los establecimientos de alojamiento se encuentra todos se encuentran catalogados como hoteles, el número de habitaciones totales es de ciento cinco con capacidad para albergar a doscientas cincuenta y dos personas, en cuanto a los servicios de alimentos y bebidas se encontraron setenta y seis establecimientos de restauración y cinco cafeterías, además existe un servicio de transporte turístico registrado y finalmente una asociación turística denominada ASOSTURES (Asociación turística Estancilla) con un total de treinta y tres socios.

Estos servicios al igual que los demás cantones presentan sus falencias en la infraestructura turística, la escasa preparación técnica del personal, débil calidad en atención al cliente, insuficiente promoción turística del cantón y de cada establecimiento como tal. En relación a otros puntos importantes se puede señalar que en el cantón no existe una terminal terrestre por lo que el embarque y desembarque de pasajeros se los realiza en una de las vías céntricas del cantón lo que provoca una desorganización urbana ya que por este cantón

circulan varias cooperativas de transporte de diferentes cantones y provincias, en cuanto al estado de las vías se puede señalar que según el PDOT las vías que se encuentran en mejor estado son las que unen al cantón con otros cantones de la provincia, mientras que las de las zonas rurales y caminos vecinales no se encuentran en buen estado.

Finalmente, respecto a los atractivos/recursos y servicios turísticos de los cantones que conforman la zona centro de Manabí se puede señalar que algunos de estos cuentan con un alto potencial para desarrollar diversas modalidades turísticas, sin embargo su desarrollo es incipiente y viene condicionado por la escasa e inadecuada infraestructura turística que satisfaga las necesidades de los turistas, poca promoción y difusión turística, débil coordinación y actuación entre el sector público y privado, insuficiente y poco variada oferta turística de servicios y atractivos, débil profesionalización técnica en los establecimientos que prestan servicios turísticos y exigua o casi nula planificación y gestión técnica del turismo en los cantones.

4.1.2. ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN PÚBLICA Y PRIVADA

Para el análisis de la inversión pública y privada se realizó una búsqueda bibliográfica y documental sobre la inversión que ha realizado el sector público y privado de los cuatro cantones que conforman la zona centro en relación al turismo, además se aplicaron entrevistas a los principales representantes de los GAD de cada cantón para evaluar la gestión y conocer las principales acciones en el ámbito turístico.

4.1.2.1. INVERSIÓN PÚBLICA

La información expuesta en el cuadro 4.10 obtenida a partir de la revisión bibliográfica evidencia que las inversiones del sector público en el sector turístico de la zona centro de Manabí no han sido relevantes, sin embargo, se exponen aquellas que tienen un vínculo directo o indirecto con la actividad turística.

Cuadro 4.10: Inversiones públicas en la zona centro de Manabí

DETALLE DE LA INVERSIÓN	MONTO	ENTIDAD EJECUTORA
Rehabilitación de 30 km de la vía en los cantones Rocafuerte y Tosagua	67 millones	Gobierno provincial de Manabí
Asfaltado de las vías del sitio Buenaventura y la parroquia Membrillo	3 millones	GAD de Bolívar - Chone

Rehabilitación de 17 Km de vía en los cantones Tosagua y Chone	41 millones	Gobierno provincial de Manabí
Festividades por el mes del Manabismo	\$200.000	Gobierno provincial de Manabí
Campaña de señalización turística	Desconocido	GAD de Chone
Capacitaciones a prestadores de servicios turísticos	Desconocido	GAD de Chone
Plan de desarrollo turístico del cantón Chone	Desconocido	GAD de Chone - Asociación de municipalidades del Ecuador
Campaña de promoción turística	Desconocido	GAD de Chone
Rehabilitación de 210 kilómetros de vías de la zona rural e intervención y empedrado de 28 kilómetros más.	Desconocido	GAD Bolívar – Gobierno provincial de Manabí
Patio de comidas de Calceta	\$501.486,61	GAD Bolívar - Empresa pública Ecuador estratégico
Construcción del malecón Dr. Silvio Larrea Rúaes	\$101.476.06	GAD Bolívar
Reparación y mantenimiento del parque central	\$15.909.10	GAD Bolívar
Reparación del reloj público	\$794.691.94	GAD Bolívar
Construcción del parque central Ketier Solórzano Jaramillo y la Plaza Cívica	Desconocido	GAD Junín
Trabajos de infraestructura básica y regeneración urbana de las avenidas Velasco Ibarra y 10 de Agosto	Desconocido	GAD Junín
Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible del Destino Pacífico Ecuatorial 2030	Desconocido	MINTUR- Unión europea

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo al cuadro 4.10 La accesibilidad es la mayor inversión que se registra en la zona y que indirectamente forma parte esencial del desarrollo turístico, es así que se ha realizado la rehabilitación de 30 km de la vía que une los cantones Rocafuerte y Tosagua con una inversión de USD 67 millones (Secretaría nacional de planificación y desarrollo, 2013), esta vía es de gran importancia ya que une la zona centro con cantones de gran importancia comercial y turística como lo es Portoviejo, Manta y Sucre.

Otra inversión realizada en vías es la que une al sitio Buenaventura de la parroquia Canuto de Chone, con la parroquia Membrillo, del cantón Bolívar, con una inversión de más de 3 millones de dólares (Bosco, 2016), ambas parroquias son rurales y de gran importancia comercial y para el desarrollo turístico rural de los dos cantones más aún cuando la accesibilidad hacia los poblados rurales es dificultosa especialmente en temporada invernal y considerando que estos concentran gran parte de los atractivos turísticos de la zona. Además, se realizó la rehabilitación de 17 Km de vía en los cantones Tosagua y Chone, con una inversión de USD 41 millones (Secretaría nacional de planificación y desarrollo, 2013), esta de importancia agrícola y ganadera. En materia turística el Gobierno

Provincial de Manabí como parte de las festividades por el mes del Manabismo celebrado en junio de cada año, en 2019 invirtió cerca de 200 mil dólares en las actividades que se desarrollaron durante todo el mes en diferentes cantones de la provincia incluidos los de la zona centro, para esto se efectuó el lanzamiento de una agenda de actividades en la plaza Eloy Alfaro de Portoviejo y la meta para años próximos es llegar a las 55 parroquias rurales de todos los cantones (El diario, 2019).

Así mismo en el cantón Chone se realizan varias inversiones para desarrollar el turismo interno, es así que en 2018 la municipalidad emprendió una campaña de señalización turística que contó con dos fases, en estas se identificaron los atractivos y servicios turísticos y las vías cercanas a estos y se les colocó la respectiva señalización cumpliendo con los parámetros que establece el MINTUR (GAD CHONE, 2018), además se han realizado diversas capacitaciones a inversionistas y prestadores de servicios turísticos en diversos temas como gestión hotelera, atención al cliente, manipulación de alimentos y primeros auxilios esto como parte del convenio que tiene dicha entidad con la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí (GAD CHONE, 2018), esto dinamiza el conocimiento técnico que la comunidad local tiene en relación a prácticas turísticas lo que permite prestar un servicio con estándares de calidad. Adicionalmente el GAD Chone en conjunto con la Asociación de Municipalidades del Ecuador (AM), realizaron y presentaron el Plan de desarrollo turístico del cantón (GAD CHONE, 2017), además el GAD Chone se encuentra realizando una campaña de promoción turística nacional e internacional, que consiste en brindar información sobre las bondades turísticas del cantón y la entrega de un kit turístico que contiene una camiseta con la marca Yo soy Chone y un mapa turístico del mismo.

En el cantón Bolívar en materia vial “210 kilómetros de vías han sido rehabilitadas en la zona rural y otros 28 kilómetros están siendo intervenidos y empedrados en convenio con el Gobierno Provincial en el sitio Bejuco” (GAD Bolívar, 2019), estas vías son importantes en actividades comerciales, agrícolas y ganaderas, además considerando que la zona rural contiene la mayor cantidad de atractivos y recursos presentes en el cantón. Así mismo “se realizó la entrega

del moderno patio de comidas de Calceta, que tiene una inversión de USD 501.486,61 más IVA y beneficia directamente a más de 23.000 habitantes” (Empresa pública Ecuador estratégico, 2018) cabe recalcar que el patio de comidas antiguo fue destruido por el terremoto del 16 de abril, por lo que muchos de los establecimientos de restauración tuvieron que ubicarse en puestos informales en las principales calles del cantón, la construcción del patio de comidas repercute en el ordenamiento urbano del cantón y además brinda mejores condiciones de salubridad para los turistas.

Otra de las inversiones que se han realizado es “la construcción del malecón Dr. Silvio Larrea Rúales la obra se la construye con el financiamiento municipal de \$101.476.06 más IVA” (GADM Bolívar, 2019, p.3) esta inversión constituyó un aspecto de gran valor escénico para la zona centro de la parroquia Calceta tanto para los visitantes como para la población local, además se ha realizado “la reparación y mantenimiento del parque central, estos trabajos fueron realizados con una inversión municipal de \$15.909.10 más IVA” (GADM Bolívar, 2019, p.4), esta obra constituyó en la luminaria y ornamentación de varias áreas del parque lo que le da mayor atraktividad. Una obra importante que se ha realizado en el cantón es la reparación del reloj público que fue destruido en el terremoto del 16 de abril, este es un icono importante para los bolivarenses “la obra fue financiada por el Gobierno Municipal de Bolívar por \$794.691.94” (GADM Bolívar, 2019, p.5).

En el cantón Junín por su parte no se evidencian grandes inversiones en turismo, una de las cercanas y significativas ha sido el mejoramiento de vías rurales que conectan a varias comunidades del cantón, además se realizó la construcción del parque central Ketier Solórzano Jaramillo y la Plaza Cívica (GADM Junín, 2018), que constituyen elementos importantes para la ciudadanía y el turismo al encontrarse en la parte céntrica del cantón, adicionalmente se han realizado obras que indirectamente benefician al turismo como lo son “los trabajos de infraestructura básica y regeneración urbana de las avenidas Velasco Ibarra y 10 de Agosto con la colocación del asfalto dando el toque final y dejando totalmente terminada estas importantes arterias viales” (GADM Junín, 2018), conjuntamente “se realizaron trabajos de cambio y mejoramiento de luminarias

en el cantón” (GAD Junín, 2018), este mejoramiento brinda mejor acceso a los turistas y le dan una nueva imagen al cantón.

De manera general se ha establecido un Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible del Destino Pacífico Ecuatorial 2030 que cuenta con el apoyo técnico de la unión europea y el MINTUR, “el proyecto busca promover actividades turísticas de Manabí y Esmeraldas y mejorar las condiciones de vida de la población” (MINTUR, 2020) en este proyecto se incluyen dieciséis cantones de Esmeraldas y Manabí, en el caso de la zona centro de Manabí figuran cantones como Chone y Bolívar, esta inversión se realiza con fondos internacionales no reembolsables y apoyan la activación turística de zonas importantes del Ecuador. Se han evidenciado grandes inversiones públicas en materia turística en cantones como Chone y en menor escala en Bolívar, sin embargo, cantones como Junín y Tosagua aún no presentan importantes proyectos de desarrollo turístico.

4.1.2.2. INVERSIÓN PRIVADA

En relación a la inversión privada no se encontraron mayores datos en la búsqueda bibliográfica. Sin embargo, se pudieron identificar algunas inversiones desde el sector privado, que se exponen en el cuadro 4.11.

Cuadro 4.11: Inversiones privadas en la zona centro de Manabí

DETALLE DE LA INVERSIÓN	MONTO	ENTIDAD EJECUTORA
Planta procesadora de cacao	2 millones	Corporación Fortaleza del valle
Construcción del centro turístico Oasis	Desconocido	Propietario del centro turístico
Adecuación del humedal la Segua	\$100.000	Desconocida
Adecuación del complejo turístico La Estancia de Don Vicho	\$20.000	Propietario del complejo turístico

Fuente: Elaboración propia

En el cantón Bolívar se evidencia la creación de una planta procesadora de cacao perteneciente a la corporación Fortaleza del valle en el cantón Bolívar, en la que se pretende dar un valor agregado al cacao fino de aroma que se recoge en el centro de acopio, “la planta está cotizada en un monto que bordea los dos millones de dólares” (El diario, 2017), entre los planes de esta corporación se encuentra realizar una sala de visita turística en la que se venda el cacao y se brinden charlas sobre el proceso. Adicionalmente, en el cantón se construyó el centro turístico Oasis a aproximadamente “16 kilómetros del cantón, cerca de la

parroquia Quiroga, las personas que visitan el lugar pueden practicar el agroturismo, ya que dentro de la zona ha cultivado diferentes variedades agrícolas como el cacao y mango” (El diario, 2017) este tipo de emprendimientos diversifica la oferta de servicios del cantón.

En el cantón Chone se evidencia una inversión “100 mil dólares que buscan recuperar el humedal La Segua en la parroquia San Antonio” (El diario, 2016) este proyecto incluye “mejorar el mirador de la zona, implementación de canoas, arreglo del muelle, y un adecentamiento del entorno en general” (El diario, 2016) no se conoce la institución financiera que apoya esta inversión, que sin duda han mejorado las condiciones del humedal y han proporcionado mejores y adecuadas infraestructuras de uso turístico.

Por su parte en el cantón Tosagua se evidencia un emprendimiento bajo la modalidad de complejo turístico denominado La Estancia de Don Vicho en sus inicios en el establecimiento se brindaban servicios de restauración y recreación, sin embargo, “con un crédito con BanEcuador de 20 mil dólares y de otras instituciones amplió el local para convertirlo en una hostería ecológica” (El diario, 2016) y ahora ya prestan servicios de hospedaje y además se han adecuado otras áreas. Como se mencionó anteriormente no se encuentran mayores evidencias técnicas de inversión privada en turismo, sin embargo, son varios los proyectos que se ejecutan como emprendimientos turísticos particulares.

De acuerdo al análisis bibliográfico de los servicios y productos turísticos y del análisis de la inversión pública y privada, se puede concluir que el cantón Bolívar conjuntamente con el cantón Chone son los que tienen mayor capacidad de pernoctación y visita, ya que son los que cuentan con mayores establecimientos de hospedaje y restauración, y se podría señalar de acuerdo al conocimiento que se tiene sobre el territorio que algunos de estos establecimientos cuentan con estándares de calidad aceptables y podrían brindar al turista una experiencia placentera.

4.1.2.3. ANÁLISIS DE LA GOBERNABILIDAD TURÍSTICA DEL TERRITORIO

Para analizar la gestión y la inversión turística de la zona centro de Manabí fue entrevistado el analista de patrimonio y cultura del GAD Junín, el subdirector de turismo del GAD Chone, el coordinador de patrimonio y turismo del GAD Tosagua y la especialista IV de turismo patrimonio, cultura y deporte del GAD Bolívar. En total se entrevistaron cuatro personas por medio de las cuales se analizó la gestión desde el punto de vista del sector público, las entrevistas fueron aplicadas a través de redes sociales, los resultados son los siguientes.

– Acciones turísticas emprendidas

El entrevistado del cantón Junín manifestó que el GAD de ese cantón no ha emprendido ninguna acción en beneficio del desarrollo turístico ya que no cuentan con un presupuesto específico para realizar inversiones turísticas, este es uno de los motivos por el que el cantón Junín es el que presenta mayor retraso en relación al desarrollo turístico. En cuanto al GAD Chone se manifestó que las acciones emprendidas han estado en función de campañas de promoción, capacitaciones al sector turístico, apoyo a exposiciones gastronómica, participación en ferias nacionales e internacionales, asistencia para mejorar los servicios turísticos, apoyo con maquinaria para mejorar el acceso a los sitios, elaboración del catastro e inventario de atractivos. El GAD Bolívar manifiesta que tienen planificado visitas técnicas, capacitaciones a los servidores turísticos, eventos y actividades de fomento a la actividad turística, festivales y visitas a atractivos turísticos, por su parte el GAD Tosagua menciona que han emprendido organización de festivales, campañas fotográficas y publicitarias, capacitaciones y señalización

– Proyectos turísticos ejecutados

En el GAD Junín uno de los proyectos ejecutados ha sido la colocación de señaléticas en los lugares turísticos de interés, mientras que el GAD Chone manifiesta que uno de los propósitos ha sido el plan de desarrollo turístico pero que existen otros que aún no han sido ejecutados por estar a la espera del presupuesto. El GAD Bolívar cuenta con un plan estratégico, dentro de él, se

cuenta con un banco de proyectos a ser ejecutados según el presupuesto municipal, mientras que el GAD Tosagua menciona varios proyectos entre estos se encuentra la implantación del monumento escultórico -(6mt) de la virgen María, el festival gastronómico y productivo olla de barro, el festival gastronómico y productivo Estancilla 2019, la elaboración de materiales de difusión turística, la campaña fotográfica para difundir atractivos turísticos del cantón, la feria gastronómica Chipornia 2019, capacitaciones en atención al cliente y manipulación de alimentos, el proyecto de señalización turística, la feria turística carnavalera en balnearios Estancilla y Bachillero.

– **Plan de desarrollo turístico**

Por su parte el GAD Junín no cuenta con un plan de desarrollo turístico que contenga herramientas para el mejoramiento del turismo, en los cantones Chone, Bolívar y Tosagua si existen planes de desarrollo turístico, en el caso de Bolívar este fue ejecutado por la universidad San Gregorio de Portoviejo, mientras que en Chone fue emprendido por el departamento de turismo. En Bolívar también manifestaron que están próximos a crear un proyecto de ordenanza que regula la planificación, control y gestión de las facultades para el desarrollo de actividades turísticas en el cantón.

– **Promoción turística**

En relaciona a la marca turística ninguno de los cantones cuenta con una marca turística que los identifique, entre las acciones de promoción turística se encuentra según el GAD Chone la elaboración de videos promocionales, programas en las radios para hacer conocer los atributos turísticos y diseño e impresión de suvenires, en el caso de Junín no se han emprendido campañas turísticas. En Bolívar se ha realizado la promoción de los atractivos y servicios a través de las redes sociales a nivel cantonal, provincial y nacional, elaboración de un video promocional mostrando sus bondades y el diseño de material promocional, en el caso de Tosagua han realizado campañas publicitarias a través de redes y la página oficial del GAD.

– **Productos turísticos**

En relación a los productos turísticos en el cantón Chone y Tosagua no cuentan con ninguno consolidado, por parte el GAD Junín manifiesta que si existen productos turísticos y que los más visitados son por los turistas son los trapiches y la elaboración del aguardiente y sus derivados, sin embargo, técnicamente estos elementos no se constituyen como verdaderos productos de calidad. En Bolívar mencionan que si existen productos turísticos y que actualmente se encuentran diseñando un producto para ser ofertado a través de los organismos de apoyo al turismo AME (Asociación de municipalidades ecuatorianas) y el MINTUR

– **Presupuesto turístico y apoyo externo**

El GAD Junín como ya se había mencionado no cuenta con presupuesto para actividades turísticas y señalan que no cuentan con apoyo de instituciones externas, en el caso de Chone el presupuesto asignado es de USD 120.000 sin embargo esto varía dependiendo de lo que se planifique en el plan operativo anual y señalan que el presupuesto no es suficiente para incentivar el turismo, pero además reciben apoyo de fuentes externas. El GAD Bolívar menciona que el presupuesto para el área de turismo se basa en un porcentaje del presupuesto general de la dirección de desarrollo social, económico y turístico y que este no es suficiente sin embargo reciben apoyo externo, en Tosagua por su parte el presupuesto es de USD 12.700 y no es suficiente para emprender todas las actividades, además no reciben apoyo externo.

– **Intervención en procesos de planificación**

En relación a la intervención en procesos de planificación el GAD Junín manifestó que el personal no participa en los procesos y que no posee las herramientas necesarias, en el caso de Chone el personal participa en estos procesos, pero no cuenta con las herramientas necesarias y no está capacitado, esto en muchas ocasiones sucede porque el personal que labora en los departamentos de turismo no tiene conocimientos técnicos con respecto al turismo, en Bolívar el personal participa parcialmente cuenta con las herramientas necesarias y está capacitado, en el caso de Tosagua el personal participa en los procesos de planificación pero no cuenta con las herramientas o no está capacitado.

- **Inversiones turísticas**

El GAD Junín ha realizado el diseño y colocación de las letras representativas del cantón, por su parte el GAD Chone manifiesta que los gastos más fuertes se han hecho en impresión de suvenires y actualmente en consultorías para determinar la viabilidad técnica del proyecto turístico mirador Cerro Guayas y el humedal la Segua que aún no se encuentran ejecutándose, en Tosagua se ha realizado la inversión privada para la creación de la infraestructura hotelera "Hotel Lindon Jhonson", en Bolívar se ha invertido en promoción, en obras públicas y rehabilitación en balnearios de agua dulce Chapulí y Balsa.

- **Planificación para el desarrollo turístico**

El GAD Junín manifiesta que tiene planificado crear unas rutas turísticas en el cantón que unan varios atractivos, por su parte el GAD Chone tiene proyectado preparar en conocimiento a las personas que trabajan en el medio turístico para mejorar el servicio, además conciben actualizar el plan de desarrollo turístico y trabajar en las ordenanzas que regulen la actividad turística, y asistencia técnica para mejorar la oferta y los servicios que se ofrecen en los balnearios de agua dulce. En Bolívar se tiene planeado continuar y dar fiel cumplimiento en las competencias del departamento de turismo, en Tosagua proyectan ejecutar el plan de reactivación turística elaborado por la coordinación y aprobado por la alcaldesa para ofertar a Tosagua como un destino agroturístico.

- **Incentivos a la inversión privada**

En relaciona los incentivos a la inversión privada en el GAD Junín manifiestan que se está trabajando desde la organización interna, mientras que en el GAD Chone se está brindando asistencia técnica y capacitación para que la actividad turística mejore y pueda haber más y mejores inversiones, en Tosagua se brinda asesoría y guianza en emprendimientos existentes y nuevas inversiones, en el caso de Bolívar está en análisis un instrumento legal para fomentar la inversión en turismo.

- **Necesidades turísticas**

En cuanto a las necesidades para desarrollarse turísticamente el GAD Junín menciona que lo que se necesita el cantón es un buen inversionista para dar a conocer todo el potencial turístico que posee el cantón, por su parte el GAD Chone manifiesta que se necesitan buenas vías de acceso, preparación académica, fuentes de financiamiento, facilidades turísticas y crear más actividades. El GAD Bolívar indica que se necesita trabajar en conjunto con todas las instituciones públicas y privadas para desarrollar la actividad turística y cumplir con los tres ejes de la sostenibilidad, en Tosagua es necesario la unión de todos los involucrados en el sector turístico para ofertar sus servicios con calidad y calidez.

De acuerdo a la entrevista aplicada (ver anexo 1) se puede señalar que el turismo desde el punto de vista de la gobernabilidad pública posee varias limitantes que evitan su adecuado desarrollo, una de las falencias que presentan varias municipalidades es el escaso presupuesto destinado al turismo y que en algunas ocasiones es utilizado para otros fines, además es necesario recalcar la exigua capacitación técnica y profesional del personal que ejerce un cargo público en turismo, lo que conlleva a una inadecuada planificación y gestión del mismo. Existen restricciones en cuanto a la proyección turística a corto, mediano y largo plazo, la inversión externa es limitada

4.1.3. ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LA DEMANDA Y LA COMUNIDAD RESIDENTE CON RESPECTO AL TURISMO ALTERNATIVO

Para analizar la percepción de la demanda con respecto al turismo alternativo se tomó como referencia los datos recopilados por la Dirección de inteligencia de mercados del Ministerio de Turismo (2020) en la investigación sobre el comportamiento del turismo dada la nueva normalidad generada por la afectación del virus COVID-19, este levantamiento de información contiene información relevante sobre el comportamiento del turista a nivel nacional antes de la pandemia y dada la nueva normalidad, por lo que ayuda a tener una visión sobre los gustos y preferencias. De acuerdo a los datos obtenidos el 46% corresponden a jóvenes menores de 25 años, mientras que el 32% son adultos

entre 35 y 64 años, el 54% se encuentra empleado, mientras que 40% son estudiantes, antes de la pandemia el turista viajaba de 2 a 3 veces al año en grupos familiares y en menor escala con amigos, pernotaba de 2 a 4 noches en el destino, considerando las preferencias del destino el 51% prefiere la costa frente a un 28% que se inclina por la región andina.

Dada la crisis sanitaria el turista prefiere viajar a partir del año 2021, la tendencia sigue siendo realizar viajes en familia y amigos, el visitante pernoctaría en el destino al menos una noche, las características del destino que el turista elegiría sigue teniendo una fuerte inclinación por los destinos de sol y playa, destinos de áreas protegidas que se mantiene en crecimiento, los destinos de montaña también presentan un crecimiento así como los destinos de aventura y rurales, considerando estos datos podemos mencionar que dada la nueva normalidad el turista podría inclinarse por actividades vinculadas a la naturaleza y a la práctica de deportes al aire libre, ya que se considera que este tipo de actividades se realizan en un ambiente sostenible, con limitado número de personas y en áreas poco congestionadas, estas características son ideales dadas las nuevas condiciones que el turista exigirá para realizar sus viajes.

Para analizar la percepción de la comunidad receptora se aplicó un cuestionario de encuestas (ver anexo 2), dirigida a ciento noventa y seis personas que resultaron aplicando la fórmula de población desconocida que se encuentra detallada en el desarrollo metodológico, estas encuestas fueron aplicadas a la comunidad local de los cantones Chone, Junín, Bolívar y Tosagua, las mismas se emplearon a través de redes sociales y correos electrónicos de personas que tienen relación con la actividad turística en estos cantones, la encuesta estuvo estructurada por catorce preguntas con la finalidad de conocer la percepción de la comunidad local frente a la potencialidad turística y las modalidades de turismo alternativo que se pueden desarrollar en la zona.

– **Datos generales**

Cuadro 4.12: Datos generales de los encuestados

EDAD	ENCUESTADOS
De 18 a 26	68%
De 27 a 40	28%
NIVEL DE FORMACIÓN	ENCUESTADOS
Universitarios	61%
Primarios y secundarios	29%
Medios y técnicos	10%
CONOCIMIENTO SOBRE TURISMO ALTERNATIVO	ENCUESTADOS
Sí	72%
No	28%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con las encuestas realizadas y resumidas en el cuadro 4.12 el 68% de los encuestados corresponden a un rango de edad de entre 18 a 26 años por lo que las encuestas estuvieron dirigidas a estudiantes de tercer y cuarto nivel de la zona centro y emprendedores del sector turístico de la zona, en relación al nivel de formación el 61% corresponde a universitarios es decir los encuestados cuentan con capacidad técnica y profesional para abarcar temas relaciones al turismo u otras ramas, este aspecto es importante al momento de evaluar las demás preguntas de la encuesta, además el 72% de los encuestados manifestaron tener conocimiento sobre el turismo alternativo.

– **Potencial para el desarrollo y modalidades de turismo alternativo en la zona centro de Manabí**

Cuadro 4.13: Potencial para el desarrollo y modalidades de turismo alternativo

POTENCIAL PARA TURISMO ALTERNATIVO	ENCUESTADO
Sí	94%
No	6%
MODALIDADES DE TURISMO ALTERNATIVO	ENCUESTADOS
Todas (turismo rural, turismo de aventura y ecoturismo)	81%

Fuente: Elaboración propia

En relación al potencial para el desarrollo de turismo alternativo el 94% de los encuestados según el cuadro 4.13 manifiestan que el territorio si tiene potencial para desarrollar turismo alternativo dadas las características del área y evaluando que los encuestados conocen de las bondades turísticas del territorio, en relación a las modalidades de turismo alternativo que se pueden desarrollar

en la zona el 81% de los encuestados manifiestan que se puede realizar turismo alternativo, turismo rural y ecoturismo, dato de importancia al momento de elaborar los productos turísticos ya que estos deberán ser versátiles y variados en relación a las actividades que se incluyan.

– **Actividades de turismo alternativo con mayor potencial turístico**

Cuadro 4.14: Actividades de turismo alternativo

POTENCIAL PARA TURISMO ALTERNATIVO	ENCUESTADOS
Visitas a cascadas y ríos	76%
Caminatas por la naturaleza	71%
Degustación de comida típica	73%
Camping	63%

Fuente: Elaboración propia

De las actividades de turismo alternativo que se podrían desarrollar en la zona los encuestados señalaron entre los porcentajes más elevados como lo indica el cuadro 4.14 las correspondientes a visitas a cascadas y ríos, caminatas por la naturaleza, degustación de comida típica y camping, esto dado que los cantones señalados ya vienen practicando de manera informal estas acciones, además el territorio cumple con las características para desarrollar estas actividades, es importante considerar estos elementos para el desarrollo de los productos turísticos que se quieren elaborar.

– **Infraestructura turística necesaria y mejoramiento de la calidad de vida**

Cuadro 4.15: Infraestructura turística necesaria

INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	ENCUESTADOS
Sí	58%
No	42%
MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA	ENCUESTADOS
Sí	97%
No	3%

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la infraestructura turística necesaria para desarrollar actividades de turismo alternativo existe una paridad de los datos recopilados, ya que como se observa en el cuadro 4.15 el 58% de la población considera que sí existe la infraestructura turística necesaria para el desarrollo de turismo alternativo, mientras que el 42% manifiesta que no, entre ambos resultados existe una

diferencia del 16% que nos lleva a concluir que determinados cantones como en el caso de Chone se encuentran con un nivel de desarrollo turístico superior a los demás, por lo que las encuestas que fueron aplicadas en ese lugar obtuvieron respuestas positivas, mientras que en el caso de Junín y Tosagua se obtuvieron más respuestas negativas. En relación al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes por el desarrollo de turismo alternativo la mayoría de los encuestados consideran que esto si ayudaría a diversificar las economías locales y por ende elevar el nivel de vida.

- **Posibilidad de que el TA incentive las inversiones, incremente las actividades recreativas y proteja el medio ambiente.**

Cuadro 4.16: Incentivo a inversiones e incremento de actividades recreativas

INCENTIVO A INVERSIONES E INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	ENCUESTADOS
Sí	97%
No	3%
INCREMENTO DE ACTIVIDADES RECREATIVAS	ENCUESTADOS
Sí	99%
No	1%
PROTECCIÓN AL MEDIO AMBIENTE	ENCUESTADOS
Sí	94%
No	6%

Fuente: Elaboración propia

En relación a la posibilidad de que el turismo alternativo mejore la infraestructura turística e incentive las inversiones la mayoría de los encuestados consideran que esto si sería una alternativa como se observa en el cuadro 4.16, la población considera que esto sería una buena opción para mejorar la infraestructura y atraer inversionistas. En cuanto al incremento de las actividades recreativas por la inserción de turismo alternativo en el territorio el 99% de los encuestados manifiestan que, si aumentaría la oferta de actividades, de ahí la importancia de aprovechar el potencial turístico para diseñar estas nuevas experiencias, además el 94% de los encuestados mencionan que el desarrollo de turismo alternativo generaría protección sobre los recursos naturales y el medio ambiente.

- **Percepción sobre la gestión de los GAD**

Cuadro 4.17: Percepción sobre la gestión de los GAD

PERCEPCIÓN SOBRE LA GESTION DE LOS GAD	ENCUESTADOS
Buena	24%
Regular	62%
Mala	15%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo al gráfico 4.17 el 62% de los encuestados manifiestan que la gestión turística de los GAD es regular debido a que sus acciones vienen frenando el desarrollo oportuno en la zona, lo que es percibido por la población de manera negativa, sin embargo, es interesante rescatar que el 24% de los encuestados contemplaron como buena la gestión de los GAD este un porcentaje importante lo que demuestra que una parte de la población está conforme con la gestión turística de estas entidades.

– Promoción y marca turística

Cuadro 4.18: Promoción y marca turística

PROMOCIÓN TURÍSTICA	ENCUESTADOS
Sí	48%
No	52%
MARCA TURÍSTICA	ENCUESTADOS
Sí	28%
No	72%

Fuente: Elaboración propia

Partiendo del gráfico 4.18 se puede analizar que el 52% de los encuestados mencionan no conocer sobre la promoción turística del territorio esto valida la información proporcionada por los GAD en los mencionan que no han existido campañas de promoción turística como tal excepto en el GAD Chone, lo que si se ha presenciado son videos en los que se destacan las bondades turísticas aludiendo a fechas importantes como el carnaval. En relación a la marca turística el 72% mencionan que no conocen de una marca turística que los identifique y es porque efectivamente ninguno de los cantones cuenta con esta herramienta de comunicación y promoción, esto evidencia el retraso en el desarrollo de actividades turísticas y valoración del potencial del territorio.

– Impulso al desarrollo turístico

Cuadro 4.19: Impulso al desarrollo turístico

IMPULSO AL DESARROLLO TURÍSTICO	ENCUESTADOS
Accesibilidad	62%
Oferta turística	76%
Promoción	54%
Mayor compromiso del sector público	68%
Articulación entre el sector público y privado	35%

Fuente: Elaboración propia

En lo que corresponde a las necesidades para que se desarrolle turísticamente el territorio, los encuestados manifestaron que se deben desarrollar como primer punto la oferta turística que corresponde a los servicios de alojamiento, restauración y transporte, estos aspectos fueron identificados como puntos débiles en el análisis del territorio turístico de todos los cantones, sumado a esto se encuentra la accesibilidad que figura como un aspecto importante para el desarrollo turístico y que está siendo poco considerado ya que la mayoría de los atractivos turísticos de la zona tienen problemas de accesibilidad, el compromiso del sector público con el turismo se muestra entre los de mayor porcentaje por las deficiencias en gestión y planificación que se evidencian en estas organizaciones.

4.1.4. FODA ESTRATÉGICO

Para el desarrollo de esta actividad se construyó una matriz FODA en la que se identificaron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que cuenta el territorio, para la recopilación de la información que se señala en el cuadro 4.20 se realizaron entrevistas a los funcionarios del departamento de turismo de cada cantón que conforman la zona centro de Manabí en los que se constató las deficiencias del sector público en relación al turismo, además se aplicaron encuestas en las que se evalúa la percepción de la comunidad local con relación a actividades turísticas en las que manifestaron algunas carencias y fortalezas que tiene el territorio para el desarrollo de actividades de turismo alternativo.

Cuadro 4.20: Factores internos y externos

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Territorio con potencial turístico 2. Presencia de múltiples atractivos naturales y culturales 3. Conservación de la identidad cultural 4. Potencialidades gastronómicas elevadas 5. Extensas áreas rurales y de montaña, ideales para la práctica de actividades alternativas. 6. Precios de productos y servicios asequibles 7. Variedad de flora y fauna y extensa producción agrícola y ganadera 8. Interés de la comunidad local por incursionar en el turismo 9. Tendencias del mercado favorable 10. Presencia de instituciones de tercer y cuarto nivel que ofertan la carrera de turismo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Escaso aprovechamiento de las potencialidades turísticas 2. Limitada gestión y planificación del turismo 3. Escasa diversificación de la oferta turística 4. Insuficiente infraestructura turística 5. Deficiente señalización turística y vial 6. Bajos estándares de calidad en el servicio 7. Inexistentes productos turísticos de calidad 8. Débil promoción turística 9. Aumento de la contaminación ambiental 10. Limitado presupuesto para actividades turísticas 11. Personal de organismos públicos sin conocimientos técnico de turismo
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mercado turístico en expansión 2. Convenios con instituciones académicas 3. Apoyo de instituciones externas que incentivan el desarrollo turístico 4. Desarrollo de proyectos turísticos por instituciones públicas y privadas. 5. Disponibilidad de profesionales en turismo 6. Fuerte incremento de turismo especializado 7. Fortalecimiento del turismo rural 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento de la crisis sanitaria. 2. Aumento de desastres naturales 3. Escasez de inversiones privadas 4. Inestabilidad política del país 5. Crecimiento de la crisis económica

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en el cuadro anterior entre los factores internos se han identificado seis fortalezas que corresponden al potencial que tiene el territorio para desarrollar actividades turísticas, el interés que asume la comunidad receptora para incursionar en actividades turísticas dentro del territorio, además se ha identificado que existe variedad de flora y fauna que va de la mano con la producción agrícola y ganadera con los que cuenta la zona que son ideales para realizar turismo rural sumado a esto se encuentra la conservación de la cultura local montubia que permite darle un valor agregado al territorio. Entre las debilidades presentadas se encuentran las correspondientes a infraestructura turística, vial y de señalización y la débil gestión y planificación turística que son las de mayor impacto, además de que no se aprovechan las potencialidades turísticas para diversificar la economía local y la oferta de servicios y productos turísticos esto en muchas ocasiones debido a que no se cuente con personal capacitado en el ámbito turístico y el limitado presupuesto otorgado para estas actividades.

En el factor externo se identificaron cinco oportunidades correspondientes a la expansión del mercado turístico para desarrollar turismo especializado y actividades rurales que es un punto clave para desarrollar en el territorio, además existen múltiples convenios con instituciones académicas del sector que permiten utilizar estos conocimientos técnicos para desarrollar turismo de calidad, entre las amenazas detectadas se puede señalar como punto clave el crecimiento de la demanda especialmente de los cantones costeros de la provincia, la escasa de inversiones privadas que limitan el crecimiento turístico y la crisis económica que crece en el país.

Luego de determinar los factores internos y externos que caracterizan el territorio, se realizó una matriz en la que se evaluó cuantitativamente del 1 al 3 el nivel en que al potencializar las fortalezas podemos aprovechar las oportunidades, así mismo de qué manera las fortalezas pueden contrarrestar las amenazas, como se pueden aprovechar las oportunidades para disminuir las debilidades y finalmente en qué relación las amenazas hacen crecer las debilidades, dicha matriz se encuentra detallada en el anexo 3 y en el cuadro 4.21 se encuentra el condensado de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que obtuvieron la mayor puntuación y que se convertirán en el problema y la solución estratégica.

Cuadro 4.21: Condensado de la Matriz FODA

FORTALEZA	F1	Territorio con potencial turístico
OPORTUNIDAD	O2	Convenios con instituciones académicas
DEBILIDAD	D1	Escaso aprovechamiento de las potencialidades turísticas
AMENAZA	A1	Incremento de la crisis sanitaria

Fuente: Elaboración propia

En la matriz realizada se pudo obtener como resultado que la mayor fortaleza que tiene el territorio es el potencial turístico por las características del entorno ya que es muy versátil y se podrían desarrollar actividades de diversa índole especialmente las que tienen relación con turismo alternativo, en la oportunidad con mayor puntaje se encuentra el convenio con instituciones académicas que permiten desarrollar proyectos de vinculación que mejoren las condiciones turísticas, sociales y ambientales de la población y el territorio, la debilidad mayor es el escaso aprovechamiento de las potencialidad turísticas ya que a pesar de que el territorio tiene potencial no se aprovecha este de manera que existe un desarrollo que beneficie a todas las partes implicada, finalmente la amenaza

mayor es el crecimiento de la competencia especialmente del turismo de sol y playa que se desarrolla en otros cantones de la provincia.

4.1.4.1. PROBLEMA ESTRATÉGICO

Luego de analizada la matriz FODA se procede a realizar la estructura del problema estratégico en el que se toma como base las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que obtuvieron mayor valor en la matriz para luego relacionarlas considerando que se haga efectiva la amenaza mayor, y aunque se examinen las debilidades y se aprovechen las fortalezas no se podrá hacer uso correcto de las oportunidades del entorno, en función de esto el problema estratégico queda estructurado de la siguiente manera.

Si se materializa el incremento de la crisis sanitaria, teniendo en cuenta que existe un escaso aprovechamiento de las potencialidades turísticas, aunque se disponga de territorio con potencial turístico no podrá utilizarse plenamente los convenios con instituciones académicas.

4.1.4.2. SOLUCIÓN ESTRATÉGICA

En el caso de la solución estratégica es el punto contrario al problema, en la que se analiza el uso de las fortalezas y el aprovechamiento de las oportunidades para contrarrestar las amenazas y ayuden a minimizar las debilidades, en el caso de la investigación la solución estratégica se elaboró de la siguiente manera.

Utilizando plenamente el territorio con potencial turístico para aprovechar los convenios con instituciones académicas, se realizarán propuestas que posibiliten minimizar el incremento de la crisis sanitaria y superen el escaso aprovechamiento de las potencialidades turísticas.

4.1.4.3. ESTRATEGIAS

De acuerdo a la matriz FODA (ver anexo 3) se realizó una sumatoria por cuadrantes de los cuales dependen las estrategias a considerar para solucionar el problema estratégico, en el caso de la investigación el cuadrante con mayor puntuación fue el tercero que corresponde a estrategias de reorientación en las que se busca la manera de minimizar las debilidades haciendo uso propicio de las oportunidades, para ello se proponen las siguientes estrategias.

- Diseñar productos turísticos de calidad aprovechando el incremento del turismo especializado.
- Establecer un plan de marketing que promocióne las potencialidades turísticas del territorio.
- Realizar estudios de mercado que permitan captar segmentos de mercado específicos.
- Aprovechar la vinculación académica para generar proyectos turísticos viables.
- Capacitar a los prestadores de servicios turísticos en temas relacionados con atención al cliente, servicios de calidad y manipulación de alimentos.

4.2. FASE II. EVALUACIÓN DE LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA

Luego de realizar el análisis del territorio turístico e identificar los servicios turísticos que se encuentran presentes en el territorio se procedió a realizar la evaluación del potencial turístico de los atractivos y/o recurso y de cada territorio turístico en estudio, para ello se consideraron veintisiete indicadores turísticos clasificados en cuatro grupos; competitividad turística compuesta por diecisiete indicadores, calidad del entorno natural con cinco indicadores, calidad del entorno cultural con dos indicadores y actitud de la comunidad receptora con tres indicadores, estos indicadores fueron una compilación de los autores Pérez et al., (2012), Enríquez et al., (2010), Rodríguez et al., (2016) y del manual para la realización del inventario de atractivos y recursos turísticos propuestos por el MINTUR (2017), se realizan análisis por territorio turístico y por cada uno de los atractivos y/o recurso, la ficha de indicadores utilizada se exponen a continuación en el cuadro 4.22.

Cuadro 4.22: Ficha de indicadores para evaluar la potencialidad turística

CRITERIO	INDICADOR	CÓDIGO	VALORACIÓN			
			1	2	3	4
COMPETITIVIDAD Y CALIDAD TURÍSTICA	Cercanía del atractivo con centros urbanos importantes	CT1				
	Potencialidad para integrar el atractivo a otros sitios de interés.	CT2				
	Calidad de la accesibilidad	CT3				
	Higiene y seguridad turística	CT4				
	Nivel dotacional con que se cuenta en la actualidad	CT5				
	Presencia de servicios complementarios	CT6				
	Situación actual y perspectivas de la actividad turística del atractivo	CT7				
	Afluencia potencial o real de visitantes o usuarios del recurso turístico	CT8				
	Cercanía con otros atractivos	CT9				
	Telecomunicaciones	CT10				
	Bioseguridad	CT11				
	Tipo de Transporte	CT12				
	Frecuencia del transporte	CT13				
	Servicios básicos	CT14				
	Talento humano afín a turismo	CT15				
	Relación calidad precio	CT16				
	Señaléticas turística y vial	CT17				
	TOTAL					
CALIDAD DEL ENTORNO NATURAL	Posibilidad de desarrollo de actividades de turismo alternativo	CEN1				
	Potencialidades escénicas de los alrededores de la zona	CEN2				
	Estado de conservación e integración atractivo / entorno	CEN3				
	Abundancia o presencia cuantitativa y/o cualitativa de elementos de valor paisajístico y posibilidades de observación (escenarios atractivos, miradores, singular confirmación física, etc.).	CEN4				
	Posibilidades o existencia de prácticas y/o eventos deportivos de cualquier tipo, pero de interés turístico.	CEN5				
	TOTAL					
CALIDAD DEL ENTORNO CULTURAL	Interés de la zona desde el punto de vista cultural	CEC1				
	Presencia de elementos y/o aspectos culturales de reconocido interés turístico.	CEC2				
	TOTAL					
ACTITUD DE LA COMUNIDAD RECEPTORA	Participación comunitaria en proyectos de turismo	ACR1				
	Nivel de unión y colaboración colectiva en torno a objetivos comunes	ACR2				
	Presencia de líderes sociales al interior de la comunidad	ACR3				
	TOTAL					

Fuente: Elaboración propia a partir de Pérez et al., (2012), Enríquez et al., (2010), Rodríguez et al., (2016) y MINTUR (2017)

4.2.1. POTENCIALIDAD TURÍSTICA POR ATRACTIVOS Y/O RECURSO

Fueron evaluados cincuenta y un atractivos y/o recurso entre sitios naturales y manifestaciones culturales de los cantones Junín, Bolívar, Chone y Tosagua a través de una ficha de indicadores (ver anexo 4), inicialmente en el análisis turístico se habían identificado setenta y cinco atractivos y/o recursos turísticos

sin embargo en el levantamiento de información de campo se identificaron sitios y manifestaciones culturales que son inexistentes, además de las manifestaciones culturales descritas solo se valoraron las que tienen las características necesarias para despertar el interés del turista.

Para realizar la evaluación de los atractivos y/o recurso se consideró los autores Enríquez et al., (2010) quienes proponen una evaluación del 1 al cuatro en el cuál 1 es la puntuación más baja y cuatro la más alta para cada criterio considerado, en este caso la puntuación total más alta sería ciento ocho y la más baja veintisiete, para fines investigativos se ha considerado dividir en rangos de puntuación para ello se consideró lo propuesto por Rodríguez et al., (2016), en el que se señala que los atractivos y/o recurso que obtengan el 75% de la puntuación total se considerarán con potencialidad alta en este caso serían ochenta y un puntos, para la potencialidad media se considera el 50% equivaliendo a cincuenta y cuatro puntos y el 25% para la potencialidad baja que serían veintisiete puntos. En el cuadro 4.22 que se muestra a continuación, se señala el índice de potencialidad turística (IPT) por cada atractivo evaluado.

Cuadro 4.23: Índice de potencialidad por atractivos

ATRACTIVO	IPT	%IPT MEDIA	ATRACTIVO	IPT	%IPT BAJA
La Segua	74	69%	Cabañas El Toto	53	49%
Finca Ecológica Café Color Tierra	73	68%	Balneario Bachillero	53	49%
Corporación Fortaleza del Valle	71	66%	Parque Abdón Calderón	52	48%
Finca ecológica Oasis	69	64%	Iglesia San Agustín	52	48%
Cascadas y Grutas de Julián	68	63%	Iglesia Santa Rita	52	48%
Complejo turístico La estancia de Don Vicho	68	63%	Complejo turístico y deportivo Las Chozas	52	48%
Represa Sixto Durán Ballén	66	61%	Parque Simón David Velásquez	51	47%
Cascadas Café Color Tierra	66	61%	Elaboración de panela	50	46%
Paraje Natural y Cultural Colinas del Sol	64	59%	Elaboración de alcohol (aguardiente)	50	46%
Finca Agroturística Sarita	63	58%	Cascada Primera Piedra	48	44%
Hostería Rancho La Favorita	63	58%	Mirador cerro Guayas	47	44%
Festival de los Balseros	61	56%	Parque Ferroviario	47	44%
Balneario El Caracol	61	56%	Plaza Cívica de Bolívar	47	44%
Rancho San José	61	56%	Túnel de Membrillo	47	44%
Bosque Protector Primera Piedra	59	55%	Puerto Dos Bocas	45	42%
Hacienda agroturística la Esperanza	58	54%	Artesanías Utilitaria - Ollas Barro	44	41%
Balneario de agua dulce Platanales	57	53%	Piedra y cueva la dibujada	44	41%
Cascada de Chapulí	57	53%	Bosque de transición	44	41%
Balneario El Tecal	57	53%	Cascada La Mina	44	41%
Lagunas Quinta El Rocío	55	51%	Puente Carrizal	43	40%
Centro agropecuario Roberth Párraga	55	51%	Balneario La Poza	42	39%
Balneario la Estancilla	55	51%	Balneario de agua dulce sol y Agua	42	39%

Cueva del Diablo	42	39%
Bosque Abdón Bermúdez	42	39%
Antigüedades del Cuerpo de Bomberos	40	39%
Centro agropecuario La Fortuna	40	37%
Balneario de agua dulce Balsa	39	37%
Puente colgante de Severino	33	36%
Cascada de Kimba	32	35%

Fuente: Elaboración propia

Con la aplicación de los criterios seleccionados se pudo determinar que ninguno de los atractivos y/o recurso se encuentra en el rango de potencialidad alta ya que no obtuvieron el 75% de la puntuación para ser evaluadas con un alto potencial, los atractivos y/o recurso con potencialidad media suman veintidós de los cincuenta y un atractivos y/o recurso evaluados, de los cuales nueve pertenecen a la categoría de sitios naturales y trece son manifestaciones culturales, el atractivo turístico que obtuvo una mayor puntuación es el humedal La segua del cantón Portoviejo considerado como sitio RAMSAR, este atractivo cuenta con varias facilidades turísticas, la calidad de la accesibilidad es relativamente buena, se encuentra localizado cerca del centro urbano de Chone, la calidad del entorno natural aunque se encuentra en proceso de deterioro cuenta con muchas singularidades para desarrollar actividades de turismo alternativo, bajo la modalidad de ecoturismo y turismo de aventura.

Otro de los atractivos con alta potencialidad es la Finca ecológica café color tierra, la que se encuentra ubicada las cascadas Café Color Tierra esta finca ubicada en el cantón Chone cuenta con varias facilidades para brindar una experiencia placentera al turista, tiene actividades turísticas ya consolidadas como caminatas, camping, agroturismo entre otras, se encuentra rodeada de varios atractivos turísticos de gran interés y aunque la distancia a centros urbanos importantes es alta las vías de acceso se encuentran en buen estado y al igual que el humedal tiene gran potencial para realizar actividades de turismo alternativo. La corporación Fortaleza del Valle es el tercer atractivo mejor evaluado, dada la importancia cultural de este centro de acopio y su incursión en el desarrollo de actividades turísticas dirigidas al agroturismo, se encuentra muy cerca de la cabecera cantonal del cantón Bolívar, las vías de acceso están en buen estado y brinda algunas facilidades turísticas que permitirán el desarrollo de actividades relacionadas con turismo alternativo.

La finca ecológica Oasis ubicado en la parroquia Quiroga del cantón Bolívar es un importante atractivo dada las facilidades turísticas que presta al turista y las condiciones del entorno natural y la importancia cultural para combinar varias modalidades de turismo alternativo, como el turismo de aventura, turismo rural, agroturismo y ecoturismo, aunque la distancia con centros urbanos es media las vías de acceso se encuentran en buen estado y tiene alta probabilidad para agruparlo con otros atractivos. Las cascadas y grutas de Julián ubicadas en la comunidad del mismo nombre aunque son unos de los atractivos de esta categoría que se encuentran más alejados de centros urbanos, tiene un gran valor natural y cultural y se evidencian grandes avances en infraestructura dado el manejo comunitario que se está implementando en la comunidad, cuentan con hospedaje comunitario, varios restaurantes, senderismo, guianza y zonas para realizar camping, este recurso tiene características óptimas para realizar turismo alternativo.

El complejo turístico La estancia de Don Vicho es otro de los atractivos turísticos con potencialidad media, este se encuentra ubicado en el cantón Tosagua, este complejo cuenta con varias facilidades como alojamiento, restaurante, piscinas y canchas deportivas, se encuentra cerca del centro del cantón, las vías de acceso se encuentran en buen estado y tiene altas posibilidades de desarrollar actividades recreativas. La represa Sixto Durán Ballén ubicada en la parroquia Quiroga del cantón Bolívar, aunque no cuenta con mayores facilidades turísticas, tiene alto potencial para desarrollar actividades de aventura y ecoturísticas, ya que la zona tiene un alto valor natural y cultural dada su belleza paisajística, se encuentra cerca del centro de la parroquia Quiroga y las vías de acceso están en buenas condiciones.

El paraje natural y cultural Colinas del Sol y la finca agroturística Sarita cumplen características similares, ambas se encuentran ubicadas en la parroquia Calceta del cantón Bolívar, en estas se desarrollan actividades turísticas enfocadas en la producción agropecuaria propia de la zona, en el caso de la finca Sarita cuenta con varias actividades como participación en talleres artesanales, senderismo, prácticas agropecuarias entre otros, el paraje natural y cultural realiza varias actividades como festivales que incentivan la protección a la cultura popular, ambas cuentan con determinadas facilidades para el turista y tienen potencial

para desarrollar actividades agroturísticas. La hostería Rancho La Favorita ubicada en la parroquia Canuto del cantón Chone brinda al turista varias facilidades como hospedaje, alimentación, piscinas y actividades recreativas, se encuentra cerca de centros urbanos importantes, la accesibilidad es óptima por ello se considera con potencialidad media para desarrollar actividades de turismo alternativo.

El festival de los Balseros es una manifestación cultural intangible que se celebra en el mes de octubre en la parroquia Calceta del cantón Bolívar, fue considerado con potencialidad media debido a las características que tiene para despertar las motivaciones de turista, rescatando los valores culturales propios de la cultura montubia, debido a que se desarrolla en pleno centro urbano de la parroquia Calceta el turista puede hacer uso de la infraestructura turística que ofrece esta parroquia. El balneario el Caracol y el balneario el Tecal ambos ubicados en el cantón Chone son importantes desde el punto de vista natural, aunque no cuentan con todas las facilidades turísticas, son una importante oportunidad para desarrollar actividades ecoturísticas, tienen gran potencial para ser integrados con otros atractivos de interés y las vías de acceso se encuentran en buen estado.

El rancho San José y la hacienda agroturística la Esperanza ubicados en el cantón Tosagua cuentan con posibilidades para el desarrollo de actividades agroturísticas, su ubicación es propicia para ser integrados con otros atractivos, en la hacienda la Esperanza ya se desarrollan actividades turísticas direccionadas a la producción agrícola y ganadera, como talleres artesanales y participación en actividades rurales cotidianas, su cercanía con centros urbanos importantes es elevada. El bosque protector primera piedra, aunque no cuenta con todas las facilidades turísticas, tiene varias alternativas como senderismo, camping, fotografía, actividades de aventura y observación de flora y fauna, sus propietarios están implementando varias actividades y adecuando las áreas para dar mayor satisfacción a los turistas. Los atractivos ya descritos son los que se consideran de acuerdo a la evaluación de mayor importancia y con un potencial medio para el desarrollo de actividades de turismo alternativo, dadas sus características y facilidades propias.

Entre los recursos que se consideraron con baja potencialidad se encuentran veintinueve recursos, entre ellos doce pertenecen a atractivos naturales y diecisiete manifestaciones culturales, estos atractivos no cumplieron con el 50% de los criterios para ser considerados con potencial medio, ya que no cuentan con la infraestructura necesaria, las vías de acceso no son las óptimas o quedan ubicadas en parte lejanas a los centros urbanos y en algunos de los casos solo se encontraba el recurso sin ningún tipo de potencial para el desarrollo de actividades turísticas.

4.2.2. POTENCIALIDAD TURÍSTICA POR TERRITORIO

Fueron evaluados cuatro territorios pertenecientes a la zona centro de Manabí, entre ellos el cantón Junín, Tosagua, Bolívar y Chone, en el cantón Junín se evaluaron cuatro atractivos y/o recurso, en el cantón Tosagua se evaluaron siete atractivos y/o recurso, en el cantón Chone doce atractivos y/o recurso y en el cantón Bolívar veintiocho atractivos y/o recurso, el IPT por territorio turístico es el siguiente.

Cuadro 4.24: Índice de potencialidad por territorio

TERRITORIO	PROMEDIO IPT	IPT %
JUNÍN	46	50%
CHONE	60	65%
TOSAGUA	56	60%
BOLÍVAR	52	56%

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en el cuadro 4.23 para obtener el índice de potencialidad turística por territorio fue necesario sacar un promedio por cada cantón dado que cada territorio tenía una variación en la cantidad de atractivos y/o recurso que posee, por ello se realiza una sumatoria de las calificaciones obtenidas por cada atractivo correspondientes a cada cantón, luego se dividió esta sumatoria total para la cantidad de atractivos que posee cada territorio y así se obtuvo el promedio general de cada cantón.

De acuerdo al cuadro 4.23 el cantón Chone es el cantón que obtuvo el promedio más alto entre los cuatro cantones en estudio, en la visita de campo y a través de la aplicación de los indicadores para medir la potencialidad turística se pudo constatar que el cantón Chone es el que tiene mayor potencialidad para desarrollar actividades de turismo alternativo, dado que sus atractivos y/o

recurso se encuentran mejor manejados y desarrollados en relación a infraestructura, señaléticas turística y vial, calidad de la accesibilidad, bioseguridad, promoción, cercanía con otros recursos y a centros urbanos importantes. De los nueve atractivos turísticos que fueron evaluados en dicho cantón seis se encuentran catalogados con potencialidad media, las actividades que se pueden desarrollar en estos atractivos y/o recurso son las relacionadas con agroturismo, turismo de aventura, ecoturismo, turismo gastronómico, entre otros.

En el cantón Tosagua fueron evaluados siete atractivos y/o recurso turísticos de los cuáles cuatro se encuentran catalogados con potencialidad media, entre ellos figuran mayoritariamente las fincas agroturísticas y complejos turísticos que en el caso de Tosagua cuentan con varias facilidades turísticas como hospedaje, restauración y actividades recreativas, estos atractivos se encuentran cerca del centro urbano y la calidad de la accesibilidad es buena, sin embargo, de manera general en estos lugares se podría desarrollar actividades de esparcimiento familiar y algunas modalidades agroturísticas.

El cantón Bolívar ocupa el tercer lugar en índice de potencialidad turística por territorio, en este cantón fueron evaluados treinta atractivos y/o recurso de los cuáles diez se encuentran con potencialidad media, mayoritariamente son atractivos de tipo natural como cascadas y también fincas agroturísticas, estos atractivos y/o recurso en algunos casos cuentan con la infraestructura necesaria para satisfacer las necesidades de los turistas, sin embargo algunos solo cuentan con servicios de restauración, estos atractivos se encuentran medianamente alejados de centros urbanos y la calidad de las señaléticas se encuentra en algunos de los casos se encuentran en deterioro y en otros están en buen estado, sin embargo, tienen alto potencial para el desarrollo de actividades de ecoturismo, agroturismo, turismo gastronómica y de aventura.

El cantón Junín es el territorio que posee el menor número en relación al índice de potencialidad turística y fueron evaluados cuatro recursos de los cuales todos se encuentran catalogados con potencialidad baja, ya que en el caso de estos atractivos ninguno contaba con infraestructura básica necesaria para brindar atención a los turistas, no se evidenció la presencia de señaléticas turísticas y

vial y no existe ningún tipo de desarrollo turístico, es por ello que el cantón Junín es el que tiene el índice de potencial turístico más bajo. En conclusión, el territorio Chone es el que cuenta con mayor potencialidad para el desarrollo de actividades de turismo alternativo basándose en las facilidades que presta a los turistas, la calidad de la accesibilidad y la importancia y versatilidad de las áreas para el desarrollo de diversas actividades.

4.2.3. GEORREFERENCIACIÓN DE LAS ÁREAS CON MAYOR POTENCIAL TURÍSTICO A TRAVÉS DEL SIG.

Para realizar la georreferenciación de las áreas con mayor potencialidad turística se utilizó el sistema de información geográfica ARGIS que “permite recopilar, organizar, administrar, analizar, compartir y distribuir información geográfica” (ARGIS, 2020), para ello fue necesario tomar las coordenadas de cada uno de los atractivos evaluados a través de un GPS (Sistema de posicionamiento global) y luego colocarlos en el programa, para ir generando la información. De esta manera se ubicaron los lugares con mayor potencialidad como se muestra en el siguiente mapa.

ATRATIVOS TURÍSTICOS CON MAYOR POTENCIALIDAD

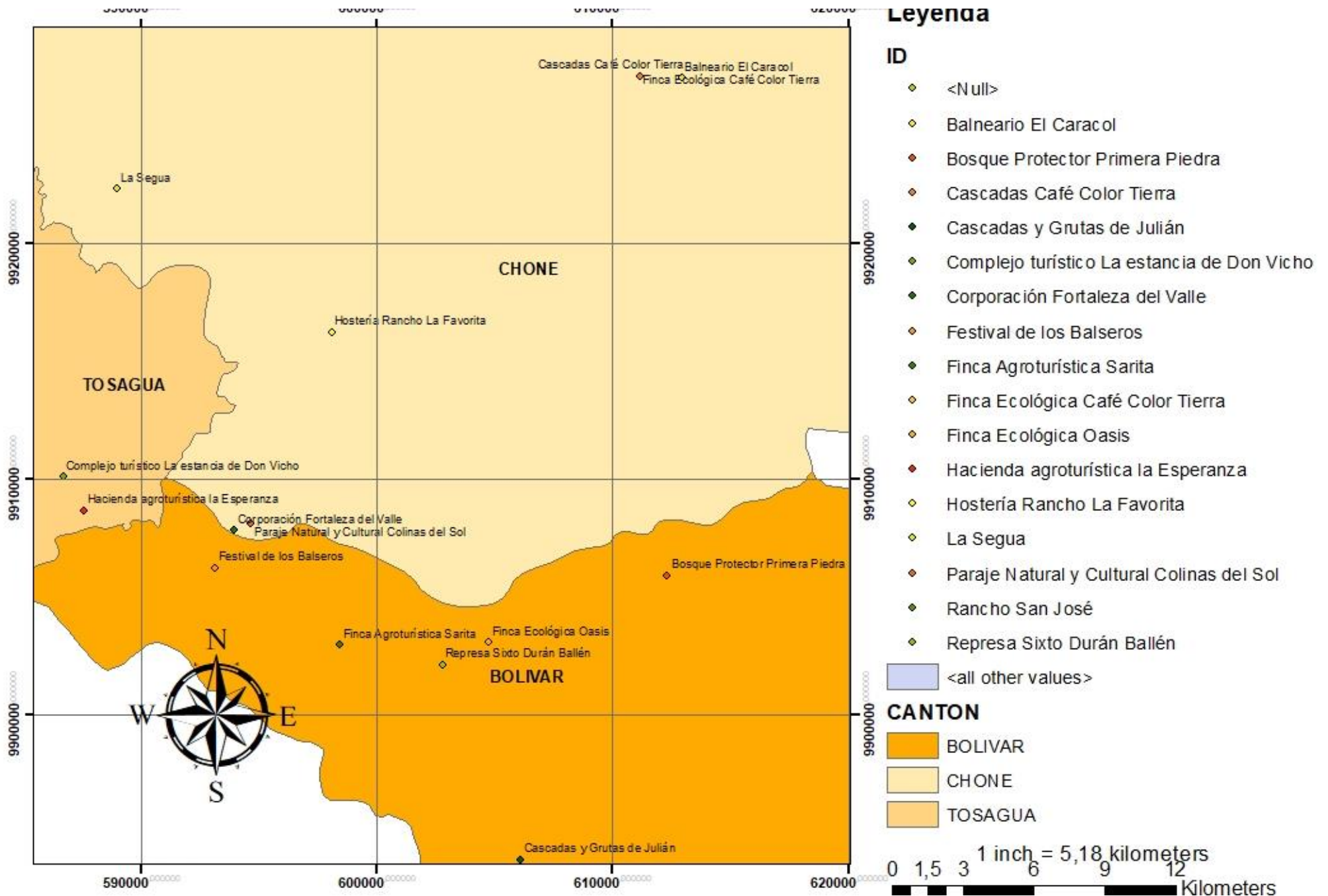


Imagen 4.6: Georreferenciación de los atractivos
Fuente: Elaboración propia a partir de ARGIS (2020)

Como se puede observar en la imagen 4.5 fueron escogidos diecisiete atractivos turísticos para la georreferenciación de acuerdo al territorio al cual pertenecen, esto sirvió para determinar el territorio en base a la ubicación donde se encuentran localizados los atractivos y el recorrido de los posibles productos turísticos que se desarrollarán y de la puesta en valor de los mismos considerando los atractivos que tengan la potencialidad y la infraestructura y servicios necesarios para ofrecer una experiencia turística de calidad a los posibles turistas, así mismo la figura ayuda a crear una idea definitiva de los atractivos turísticos que serán vinculados en la elaboración de los productos. De esta manera se consideraron cinco atractivos turísticos del cantón Chone, nueve atractivos del cantón Bolívar y dos atractivos del cantón Tosagua, en total los atractivos que se integrarán a los productos turísticos suman dieciséis.

4.2.4. CONCEPTUALIZACIÓN DE MODALIDADES TURÍSTICAS

Luego de identificadas las características generales del territorio y de los atractivos turísticos presentes en el territorio y las condiciones que permitirán su desarrollo turístico se procede a conceptualizar las modalidades turísticas que se pueden desarrollar en el territorio, para ello se tomará como referencia las fichas de condiciones de infraestructura y de priorización de productos turísticos potenciales del manual para la planificación de productos turísticos propuesto por el Ministerio de turismo de Perú (MINCETUR) (2014), en este manual se señalan varias herramientas que permiten la conceptualización del producto, para ello el manual señala dos pasos; el primero se trata sobre la identificación de productos turísticos potenciales, el segundo paso es la evaluación de los productos propuestos, esto se logrará a través de dos actividades que son el análisis de la viabilidad de los productos turísticos propuestos y la priorización del producto.

4.2.4.1. IDENTIFICACIÓN DE MODALIDADES TURÍSTICAS POTENCIALES

La identificación de modalidades turísticas potenciales es el planteamiento luego de analizado el territorio turístico de las posibles alternativas que permitirán la estructuración de productos turísticos reales, es decir la identificación y

valoración de las posibles ideas a desarrollar en la elaboración de los productos turísticos, se consideraron tres modalidades turísticas que son el turismo rural, de aventura y de naturaleza, basados en un estudio realizado por la dirección de inteligencia de mercados perteneciente al Ministerio de turismo del Ecuador en la que figuran las características de destinos turísticos potenciales dada la nueva normalidad producida por el covid-19, cabe recalcar que de esta investigación solo fueron consideradas las modalidades turísticas alternativas a las tradicionales y que podrían ser desarrolladas en el territorio.

En el cuadro 4.25. se muestra la matriz de las condiciones de infraestructura y servicios necesarios para desarrollar cada una de las modalidades propuestas, en esta matriz se establecen los requerimientos mínimos para que la modalidad sea consumida con estándares de calidad en el servicio, esta ficha y estos indicadores fueron tomados del manual propuesto por el MINCETUR (2014).

Cuadro 4.25: Condiciones de infraestructura y servicios

CONCEPTO DE MODALIDAD	CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA						CONDICIONES DE SERVICIO					
	Embarcadero muelle fluvial	Mirador	Mapa de Información al Usuario	Señalización de senderos	Servicios higiénicos	Estaciones de descanso	Guías Bilingües (inglés-español)	zona para camping	Alojamiento (hostales)	Alojamiento (Albergues/Ecolodge)	Alimentación (Restaurante Campestre)	Alimentación (Restaurantes Turísticos)
Turismo rural			X	X	X	X	X			X	X	
Turismo de naturaleza	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	
Turismo de aventura	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	

Fuente: Elaboración propia a partir del manual para la planificación de productos turísticos del MINCETUR (2014)

Como se puede observar en el cuadro 4.25 los productos turísticos de acuerdo a su funcionalidad tienen diferentes condiciones de infraestructura para su desarrollo, por ejemplo los productos de aventura y naturaleza necesitan de infraestructura más sofisticada como miradores, señalización, senderos, zonas de camping, entre otros, que en el caso de los productos de turismo rural no serán necesarios, pues estos requieren un nivel medio de implementación ya que sus prácticas son mayoritariamente vivenciales que necesitan desarrollarse en lugares específicos.

4.2.4.2. PRIORIZACIÓN DE LAS MODALIDADES TURÍSTICAS PROPUESTAS

Para la priorización de las modalidades turísticas propuestas se procede a realizar una matriz en la que se evalúan varios factores como el mercado es decir la oferta y demanda, el tiempo requerido para la implementación de los productos, el nivel de inversión necesario para poner en marcha el producto y las condiciones para la gestión desde el punto de vista comunitario, parroquial y cantonal, que fueron tomados del manual del MINCETUR (2014) estos criterios se evaluarán de acuerdo a las calificaciones propuestas en el cuadro 4.26, en las que se propone una escala cuantitativa para cada criterio evaluado, es decir si en el criterio de oferta y demanda se considera que no existe una oferta adecuada a la demanda ese casillero tendrá un valor de 1 y así con los demás criterios que se mencionan en la matriz.

Cuadro 4.26: Priorización de productos turísticos

MATRIZ PARA LA PRIORIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS					
PRODUCTO TURÍSTICOS	MERCADO (DEMANDA Y OFERTA)	TIEMPO REQUERIDO PARA LA IMPLEMENTACIÓN	REQUERIMIENTOS ECONÓMICOS- NIVEL DE INVERSIÓN REQUERIDO	CONDICIONES PARA LA GESTIÓN	TOTAL
Turismo rural	2	1	3	2	8
Turismo de naturaleza	2	1	3	2	8
Turismo de aventura	2	2	2	1	7

Fuente: Elaboración propia a partir del manual para la planificación de productos turísticos del MINCETUR (2014)

Cuadro 4.27: Escalas de valoración

MERCADO (DEMANDA Y OFERTA)	TIEMPO REQUERIDO PARA LA IMPLEMENTACIÓN	REQUERIMIENTOS ECONÓMICOS-NIVEL DE INVERSIÓN REQUERIDO	CONDICIONES PARA LA GESTIÓN
No hay oferta adecuada a la demanda (1)	Corto plazo 1 año (1)	Alto (1)	Buena (3)
Oferta adecuada a la demanda (2)	Mediano plazo 2 años (2)	Medio (2)	Regular (2)
Oferta adecuada a la demanda (3)	Largo plazo 3 a 4 años (1)	Bajo (3)	Débil (1)

– De 4 a 6 puntos representan una complejidad ALTA
 – De 6 a 9 puntos representan una complejidad MEDIA
 – De 10 a 12 puntos representan una complejidad BAJA.

Fuente: Manual para la planificación de productos turísticos del MINCETUR (2014)

Como se puede observar en el cuadro 4.27. todas las modalidades turísticas potenciales identificadas representan una complejidad media para su viabilidad e implementación, en la mayoría de los casos existe una oferta adecuada a la demanda a la que se le otorgo una valoración de dos puntos, en el tiempo requerido para la implementación solo la modalidad de aventura se considera con un plazo medio de dos años dadas las necesidades de infraestructura para su funcionamiento, para las otras dos modalidades se considera un plazo de un año considerando que algunas de estas modalidades ya se practican en el territorio. El nivel de inversión requerido para las modalidades de turismo de aventura se considera medio dadas las necesidades en infraestructura y servicios que esta modalidad requiere, para las otras dos modalidades se estima un nivel de inversión bajo, en relación a las condiciones de gestión para las modalidades de aventura se considera con débil gestión considerando el poco interés de las autoridades hacia el desarrollo de esta actividad, las tres modalidades restantes tienen un nivel de gestión regular como ya fue identificado en el análisis territorial de acuerdo a la evaluación de los organismo pertinentes.

4.3. FASE III. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Luego de evaluar e identificar los atractivos y/o recursos con mayor potencial turístico a través de indicadores turísticos y determinar cuáles prestan mejores condiciones de acuerdo a la evaluación de infraestructura, accesibilidad y servicios para satisfacer las necesidades de los turistas, se procede a elaborar los productos turísticos enmarcados en la potencialidad del territorio para la consolidación de actividades de turismo alternativo, los mismos se consiguieron a través del desarrollo de cinco actividades que se presentan a continuación.

4.3.1. DEFINIR LA IDEA A DESARROLLAR

Basándose en el potencial con el que cuenta la zona centro de Manabí para el desarrollo de productos de turismo alternativo, se decide trabajar bajo la línea de tres rutas turísticas basadas en el turismo rural y ecoturismo ambas con una inclinación hacia los deportes de aventura, cabe recalcar que dada la versatilidad de los atractivos turísticos identificados estos podrían ser incluidos en ambas líneas de productos. Para definir los atributos de los productos turísticos y definir de manera correcta la idea que se pretende desarrollar se procede a desarrollar una matriz de atributos, en la que se expresan los atributos físicos, funcionales y psicológicos de cada producto.

Cuadro 4.28: Matriz de atributos: Producto turismo rural

LÍNEA DE PRODUCTO: TURISMO RURAL		
ATRIBUTOS	VENTAJAS	BENEFICIOS
FÍSICOS	La ruta turística enmarcada en el turismo rural permitirá dar un valor agregado a las actividades y espacios propios del entorno rural, a través de la vinculación del turista con el medio rural, haciéndolo participe de las costumbres y tradiciones que caracterizan a la zona.	La ruta turística beneficiará de manera directa a los propietarios de las fincas y emprendedores que se localizan en los atractivos turísticos identificados y potenciará el turismo rural como medio eficaz de desarrollo.
FUNCIONALES	El turista podrá participar activamente en las actividades agropecuarias, talleres artesanales, degustación de comida típica, caminatas guiadas, fotografías, visita a diversas fincas y espacios rurales	La ruta impulsará la conservación y desarrollo de los atractivos turísticos, además promoverá el rescate de la cultura manabita a través de la puesta en valor de las actividades agrícolas y ganaderas.
PSICOLÓGICOS/ IMAGEN	Al conocer la ruta de turismo rural el turista se sentirá complacido, al conocer y ser participe de las tradiciones, cultura y atractivos propios del medio rural.	Promoción y difusión de las potencialidades turísticas de la zona centro de Manabí e incremento del turismo interno

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.29: Matriz de atributos: Producto ecoturismo

LÍNEA DE PRODUCTO: ECOTURISMO		
ATRIBUTOS	VENTAJAS	BENEFICIOS
FÍSICOS	La ruta ecoturística aprovechará los espacios naturales como ríos y cascadas que caracterizan a la zona centro de Manabí a través de recorridos por la naturaleza.	La ruta ecoturística beneficiará a la comunidad aledaña a los atractivos turísticos y demás servidores turísticos de los cantones vinculados.
FUNCIONALES	El turista podrá vincularse con la naturaleza, a través del recorrido por senderos y el disfrute de cascadas y ríos, así como la	El producto ecoturístico impulsará la conservación de los espacios naturales que incluirán en la ruta y plasmará en la mente del turista una conciencia ambiental y turística

	observación de flora y fauna característica de la zona centro.	
PSICOLÓGICOS/ IMAGEN	El turista tendrá un encuentro con el medio natural y disfruta de estas en contacto ya armonía con la naturaleza.	Promoción y difusión de los atractivos turísticos naturales de la zona e incremento del turismo interno vinculado a la naturaleza.
Fuente: Elaboración propia		

Cuadro 4.30: Matriz de atributos: Producto turismo de aventura

LÍNEA DE PRODUCTO: TURISMO DE AVENTURA		
ATRIBUTOS	VENTAJAS	BENEFICIOS
FÍSICOS	Los deportes de aventura aprovecharán los espacios naturales y urbanísticos de los cantones vinculados para el desarrollo de deportes de aventura tales como ciclismo, kayak, paracaidismo, cayoning y rafting.	La práctica de estos deportes beneficiará a las comunidades aledañas a los atractivos turísticos, los servidores turísticos de los cantones vinculados y los propietarios de los equipos de deportes de aventura.
FUNCIONALES	El turista podrá disfrutar de la aventura y los deportes extremos recorriendo los espacios naturales de la zona centro de Manabí y estando en contacto directo con la naturaleza	El producto ecoturístico impulsará la conservación de los espacios naturales que incluirán en la ruta y plasmará en la mente del turista una conciencia ambiental y deportiva.
PSICOLÓGICOS/ IMAGEN	El turista se sentirá feliz y complacido al realizar deportes extremos que lo vinculen con la naturaleza.	Promoción y difusión de los deportes de aventura que se pueden realizar en la zona e incremento del turismo interno vinculado al turismo de aventura.
Fuente: Elaboración propia		

Finalmente basados en la potencialidad del territorio y como se explica en las matrices de atributos se trabajarán los productos de turismo alternativo bajo dos líneas principales que son turismo rural y ecoturismo, sin embargo ambas líneas tienen una inclinación por el turismo de aventura, cada producto turístico estará dirigido a un público específico, el mismo que se identificará en el siguiente apartado, de la misma manera los productos turísticos tiene como finalidad diversificar la oferta de productos de turismo alternativo en la zona centro de Manabí y potencializar los atractivos turísticos.

4.3.2. DEFINIR EL PÚBLICO OBJETIVO

Para definir el perfil del turista al que van a ir dirigidos los productos y dada la pandemia causada por el COVID-19 que provocó cambios en la estructura investigativa limitando el levantamiento de información de campo, se hizo necesario tomar los datos recolectados en la provincia de Manabí por la dirección de inteligencia de mercados perteneciente al Ministerio de turismo del Ecuador en colaboración con catorce universidades que ofertan la carrera de turismo o

afines, el objetivo de la investigación fue determinar el comportamiento del turista nacional antes de la pandemia y dada la nueva normalidad, para ello se realizaron un total de 8.329 observaciones a nivel nacional, en la provincia de Manabí fueron aplicadas 572 observaciones, para fines investigativos solo serán tomados los datos recolectados en la provincia de Manabí y que aporten de manera significativa a la investigación, los resultados obtenidos fueron los siguientes. (MINTUR, 2020)

– GRUPO ETARIO

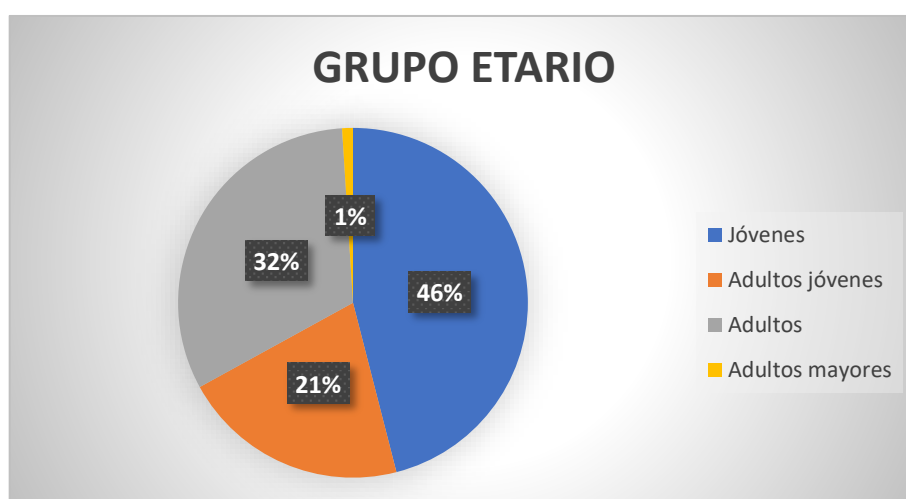


Gráfico 4.1: Grupo etario

Fuente: MINTUR (2020) Encuesta de Comportamiento de Viajes de Turismo Interno pre COVID-19 y bajo la nueva normalidad

Para fines investigativos es necesario recalcar que “se considera como jóvenes a los menores de 25 años, adultos jóvenes a quienes tienen entre 26 y 34 años, adultos a las personas entre 35 y 64, y adultos jóvenes quienes tienen más de 65 años” OMT (Citado por MINTUR, 2020, p.13). Como se puede observar en el gráfico 4.1. casi la mitad de los encuestados pertenecen al grupo de jóvenes, lo que es conveniente para la elaboración de los productos de aventura y ecoturismo que requieren un nivel de actividad física mayor, en este grupo también ingresan los adultos jóvenes, mientras que para el segmento de adultos estará dirigido el producto de turismo rural, sin embargo, esto dependerá de la motivación y capacidad física de cada individuo.

– OCUPACIÓN DEL ENCUESTADO

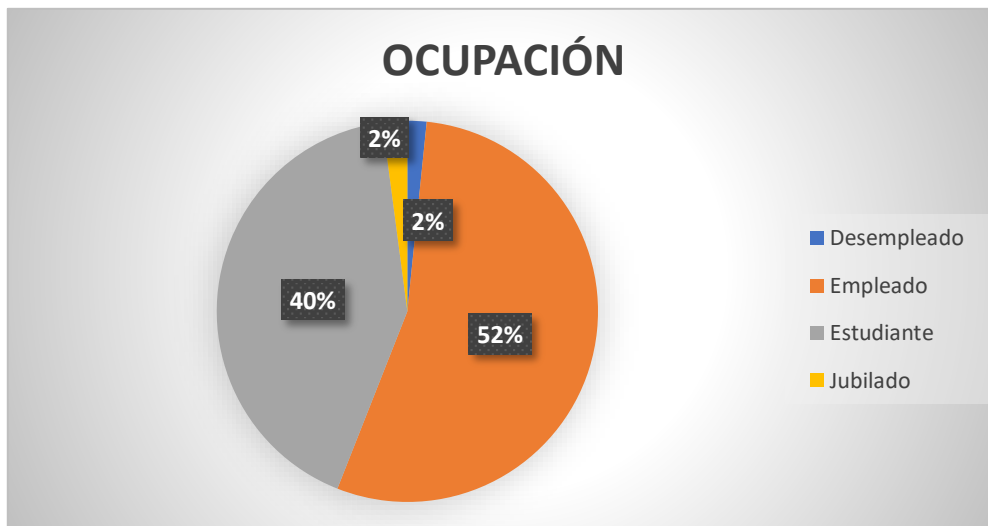


Gráfico 4.2: Ocupación

Fuente: MINTUR (2020) Encuesta de Comportamiento de Viajes de Turismo Interno pre COVID-19 y bajo la nueva normalidad

Como se puede observar en el gráfico 4.2 el 52% de los encuestados tienen un empleo, este dato es importante para la elaboración de los productos dado que se puede intuir que tienen un ingreso económico fijo y que sus días libres probablemente sean solo los fines de semanas y feriados por lo que habrá que adaptar los paquetes a estas características y además considerando la capacidad económica de consumo, en el caso de los estudiantes que corresponde a un 40%, al igual que el empleado sugiere que los fines de semanas serán los días libres de este grupo y que factiblemente este grupo esté interesado en el deporte y la aventura, así como en las actividades educativas, sin embargo se debe considerar que este grupo probablemente tenga un nivel de adquisición menor que el grupo anterior.

– INGRESOS ECONÓMICOS

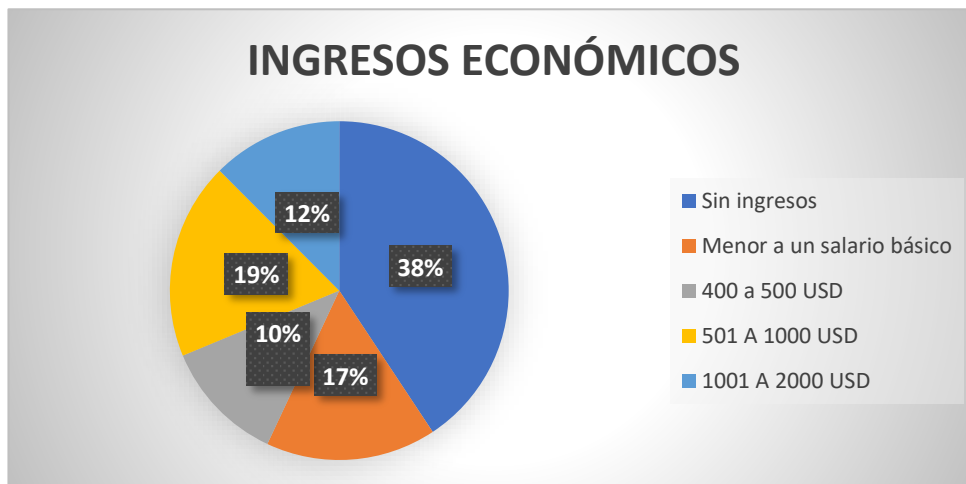


Gráfico 4.3: Ingresos económicos

Fuente: MINTUR (2020) Encuesta de Comportamiento de Viajes de Turismo Interno pre COVID-19 y bajo la nueva normalidad

De acuerdo al gráfico 4.3. el 38% de los encuestados no tienen ingresos económicos, mientras que el 18% tienen ingresos que van desde los 501 a 1000, sin embargo, un 15% perciben ingresos mensuales menores a un salario básico, para fines investigativos esto sugiere que los productos a elaborar deben estar en un rango de precio razonable que cubra los costos y gastos y deje rentabilidad, pero que también puedan ser accesible para los turistas.

– ¿CON QUIÉN VIAJARÍA?



Gráfico 4.4: ¿Con quién viajaría?

Fuente: MINTUR (2020) Encuesta de Comportamiento de Viajes de Turismo Interno pre COVID-19 y bajo la nueva normalidad.

En la nueva normalidad y de acuerdo al gráfico 4.4 el 52% de los encuestados manifiestan que viajarán con familiares, el 18% viajaría con amigos y con pareja, este dato es de suma importancia para la investigación dado que se debe inducir que los viajes considerando la pos-pandemia se darán en grupos familiares como respuesta a las medidas de bioseguridad y manteniendo la integridad de los miembros del grupo, por lo que los paquetes turísticos a elaborar tendrán que ser versátiles y adaptarse a los diferentes grupos que lo consumirán y tendrán que considerarse actividades que involucren activamente a los niños y demás miembros de la familia.

– NOCHES DE ESTADÍA

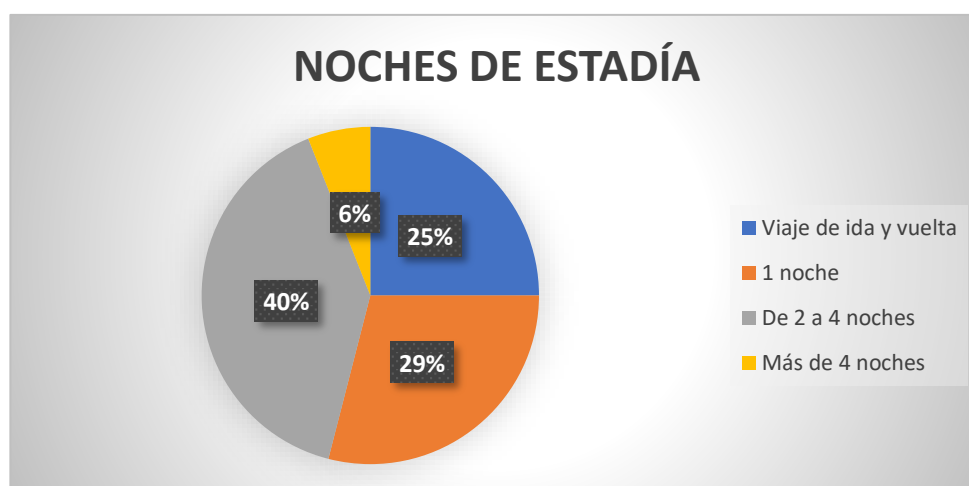


Gráfico 4.5: Número de noches que se quedaría en el destino

Fuente: MINTUR (2020) Encuesta de Comportamiento de Viajes de Turismo Interno pre COVID-19 y bajo la nueva normalidad

De acuerdo al gráfico 4.5 el 40% de los encuestados manifestaron que pernocharían de 2 a 4 noches en el destino y el 29% al menos 1 noche, para la elaboración de los productos se tendrá que considerar que estos deben tener una duración que implique estos rangos de tiempo, sin embargo, el 25% manifiesta que realizaría un viaje de ida y vuelta por lo que también se deben adaptar los productos para estos turistas que no pretenden pernoctar en el destino esto podría ser a través de viajes de excursión como full day.

– CARACTERÍSTICAS DE DESTINO TURÍSTICO

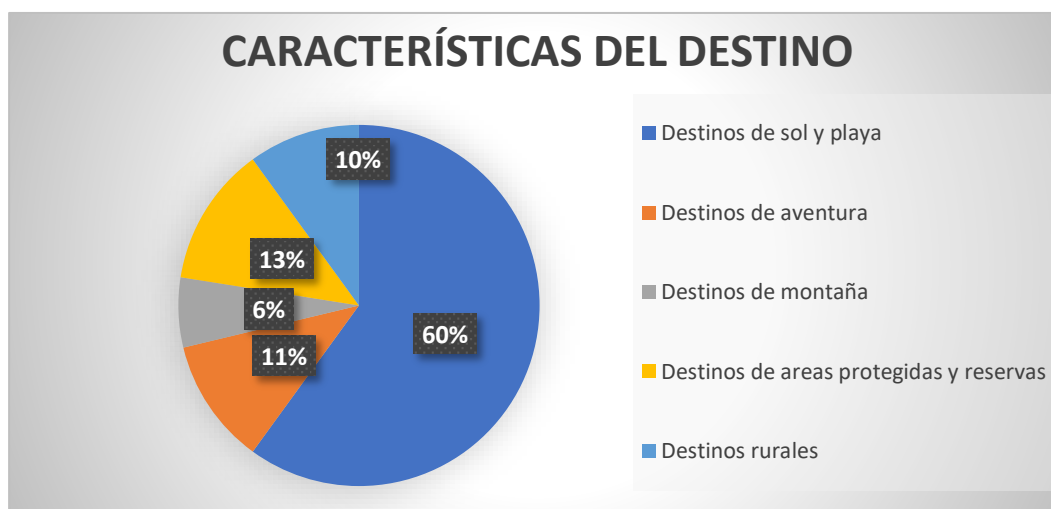


Gráfico 4.6: ¿Qué características de destino turístico elegiría como primera opción?

Fuente: MINTUR (2020) Encuesta de Comportamiento de Viajes de Turismo Interno pre COVID-19 y bajo la nueva normalidad

Como se manifiesta en el gráfico 4.6. los destinos de sol y playa siguen siendo los más escogidos por el 60% de los encuestados, sin embargo, existe una tendencia en crecimiento por los destinos de áreas protegidas con 13%, destinos de montaña con 6%, destinos rurales con 10%, destinos de aventura con 11%, es decir determinados turistas están escogiendo prácticas de turismo alternativas frente al turismo tradicional, y es precisamente este el eje central de la investigación, los productos que se van a elaborar deben centrarse en estos nichos de mercado que están apostando por actividades alternativas al turismo tradicional, es importante aprovechar esta tendencia en crecimiento a través de la elaboración de productos que diversifiquen la oferta en Manabí.

– **ASPECTOS DE MOTIVACIÓN PARA REALIZAR UN VIAJE DESPUÉS DE LA CRISIS DEL COVID-19**

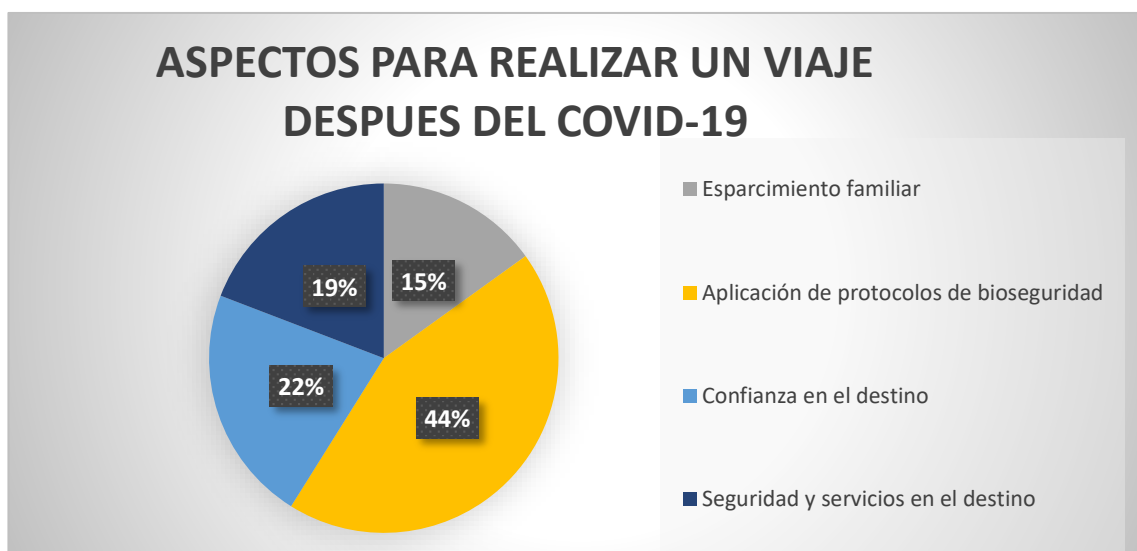


Gráfico 4.7: Cuál es el aspecto más importante que le motivaría para realizar un viaje después de la crisis del covid-19?

Fuente: MINTUR (2020) Encuesta de Comportamiento de Viajes de Turismo Interno pre COVID-19 y bajo la nueva normalidad

Como se puede observar en el gráfico 4.7 el aspecto más representativo que los turistas tomarían en cuenta sería la aplicación de los protocolos de bioseguridad, además de la confianza en el destino, seguridad y servicios en el destino y el esparcimiento familiar, aspectos de mucha importancia dada la pandemia causada por el COVID-19, es de vital importancia que los atractivos que se incluyan en los paquetes cumplan con todas las medidas para que el turista se sienta seguro de consumir el producto, además hay que considerar la calidad de los servicios que se ofrecerán al turista, estos deben estar ajustados a estándares de calidad que le brinden una verdadera experiencia, otro aspecto importante es la cantidad y calidad de actividades de esparcimiento que se deben incluir en los paquetes para satisfacer las necesidades del visitante.

– PERFIL DEL TURISTA

De acuerdo a lo expuesto en el cuadro 4:29, no se establece un rango de edad ya que los paquetes estarán dirigidos a grupos familiares que están compuestos por niños, jóvenes y adultos, el turista podrá elegir entre el producto que más le convenga y agrade, la ocupación del cliente será empleado y una fuerte inclinación para los estudiantes universitarios, el ingreso promedio del visitante es un salario básico, los paquetes estarán diseñados para un segmento familiar que involucre a todos los miembros del mismo, las noches de pernoctación será de una noche, y como ya se había mencionado los productos se desarrollarán

en destinos rurales y de aventura que tienen la naturaleza como principal motivación, y un aspecto clave e importante a considerar en los atractivos que se incluirán en los paquetes será la aplicación de protocolos de bioseguridad y la calidad de los servicios y esparcimiento que se van a ofertar.

Cuadro 4.31: Perfil del turista

INDICADORES	RESULTADOS
Ocupación	Empleado y estudiante
Ingreso promedio	Salario básico
Compañía para visitar el destino	Familiares
Noches de pernoctación	1 noche
Características del destino	Destinos rurales, aventura y de montaña,
Aspectos a considera para realizar un viaje	Aplicación de protocolos de bioseguridad y calidad de los servicios.

Fuente: Elaboración propia a partir de MINTUR (2020) Encuesta de Comportamiento de Viajes de Turismo Interno pre COVID-19 y bajo la nueva normalidad

4.3.3. DISEÑAR EL CATÁLOGO DE PRODUCTOS

Luego de definir la idea a desarrollar en la que se definió la creación de tres rutas turísticas enmarcadas en el turismo rural, ecoturismo y turismo de aventura, y conociendo el perfil del turista al que estarán dirigidos estos productos, se procede a diseñar el catálogo de estos productos, definiendo los atractivos turísticos que los integrarán, el itinerario para cada una de las rutas y las demás especificaciones técnicas que se requieran.

- **RUTA VIVENCIAL “DESCUBRIENDO LA VIDA RURAL”**
- **OBJETIVO**

Integrar las fincas agroturísticas de los cantones Bolívar y Chone a través de un producto consolidado, que brinde al turista la oportunidad de participar de manera activa en las labores propias de la vida rural y se mantenga en contacto activo con la naturaleza.

- **FINCAS TURÍSTICAS VINCULADAS**



La ruta turística vivencial estará conformada por tres fincas o paradas de los cantones Bolívar y Chone, las cuales son la finca agroturística Sarita que se describe en el cuadro 4.32, la finca ecológica Oasis descrita en el cuadro 4.33 y la hostería rancho la favorita detallada en el cuadro 4.34.

Cuadro 4.32: Descripción de la finca agroturística Sarita

	NOMBRE	FINCA AGROTURÍSTICA SARITA
	UBICACIÓN	Cantón Bolívar, parroquia Quiroga, comunidad Sarampión
	SERVICIOS	Guianza, restauración, camping.
	ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> – Práctica de la cosecha. – Observación de aves. (Descripción de las más vistas en la zona). – Círculo de retroalimentación de información e historias del lugar por el Sr. Servio Pachard. – Práctica de la pesca ancestral. – Taller de alfarería. – Proceso de elaboración de la lejía y el jabón natural.
DESCRIPCIÓN		
<p>Esta finca produce cultivos permaculturales de hortalizas, frutas tropicales, alimentos andinos y productos animales. Asimismo, es un aula viva en tecnologías apropiadas y producción agroecológica, y produce una gran variedad de semillas. Su propietario es el Ing. Agrícola Servio Pachard y miembro fundador de la Asociación de Productores Agroecológicos San Francisco de Sarampión, la cual abastece con una diversidad de productos a nivel local e interprovincial.</p>		

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.33: Descripción de la finca ecológica Oasis

	NOMBRE	Finca ecológica OASIS
	UBICACIÓN	Cantón Bolívar, parroquia Quiroga.
	SERVICIOS	Alojamiento, restauración y recreación
	ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> – Kayak – Senderismo – Pesca – Paseo en canoas
DESCRIPCIÓN		
<p>La finca ecológica Oasis está ubicado en el espejo de agua más grande de Manabí como lo es la represa Sixto Durán Ballén, su propietario es el Sr. Iván Sarmiento, en este lugar podrás conseguir un contacto directo con la naturaleza disfrutando de actividades turísticas recreativas en compañía de familiares o amigos.</p>		

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.34: Descripción de la hostería rancho la favorita

	NOMBRE	HOSTERIA RANCHO LA FAVORITA
	UBICACIÓN	Cantón Chone, parroquia Canuto
	SERVICIOS	Alojamiento, restauración y recreación
	ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> – Senderismo – Talleres artesanales – Observación de aves – Paseos a caballo – Deportes
DESCRIPCIÓN		
<p>En sus instalaciones la hostería ofrece habitaciones, piscinas, canchas, grandes espacios para caminar y disfrutar de la vegetación, así como de las aves existentes en el lugar, para quienes lo deseen pueden observar el manejo del ganado y como se extrae la leche para luego proceder a hacer el queso todo esto en las primeras horas de la mañana. También pueden disfrutar de paseos a caballo y sobre todo disfrutar de la excelente comida típica del lugar.</p>		

Fuente: Elaboración propia

– ESTRUCTURA DE LA RUTA VIVENCIAL

Luego de descritos los atractivos turísticos que conformarán la ruta desde el punto de vista de servicios y actividades se procede a realizar la construcción de los paquetes turísticos. Esta ruta tiene una duración de dos días y una noche, además de un full day, con una capacidad para 15 personas y recorrerá la parroquia Quiroga del cantón Bolívar y la parroquia Canuto del cantón Chone, en esta el turista tendrá la oportunidad de convivir en un ambiente rural participando activamente en talleres artesanales.



Finca orgánica Sarita



Talleres de alfarería

RUTA VIVENCIAL

"DESCUBRIENDO LA VIDA RURAL"

(2 días/1 noche)



Finca ecológica oasis



Deportes acuáticos



Paseos a caballo

ITINERARIO

- **DÍA 1**
- Salida desde la plaza cívica del cantón Bolívar hacia la finca orgánica Sarita.
- Desayuno tradicional en la finca, información sobre el lugar, talleres de alfarería, almuerzo tradicional y talleres de chocolate y elaboración de jabón natural.
- Por la tarde salida hacia el rancho la favorita, check in en la hostería, cena tradicional y fogata.
- **DÍA 2**
- Ordeño de vacas por la mañana, taller de elaboración de queso, desayuno tradicional, paseo a caballo.
- Salida hacia la finca Oasis, almuerzo tradicional, práctica de deportes acuáticos y pesca artesanal.
- Retorno al centro de Calceta.

INFORMACIÓN TÉCNICA

- Estacionalidad: Todo el año
- Distancia a recorrer: 30 KM
- Dificultad: Baja

RECOMENDACIONES

- Se recomienda el uso de protector solar, gorras, calzado adecuado y ropa cómoda.



Finca orgánica Sarita



Talleres de alfarería

RUTA VIVENCIAL

"DESCUBRIENDO LA VIDA RURAL"

(Full day)



Finca ecológica oasis



Deportes acuáticos



ITINERARIO

- Salida desde la plaza cívica del cantón Bolívar hacia la finca orgánica Sarita.
- Desayuno tradicional en la finca, información sobre el lugar, talleres de alfarería, almuerzo tradicional y talleres de chocolate y elaboración de jabón natural.
- Por la tarde salida hacia la finca Oasis, práctica de deportes acuáticos y pesca artesanal.
- Retorno al centro de Calceta.

INFORMACIÓN TÉCNICA

- Distancia a recorrer: 20 KM
- Dificultad: Baja
- Estacionalidad: Todo el año

RECOMENDACIONES

- Se recomienda el uso de protector solar, gorras, calzado adecuado y ropa cómoda.

– **RUTA ECOTURÍSTICA “NATURALEZA Y DIVERSIÓN”**

– **OBJETIVO**

Potencializar las bondades naturales con las que cuentan los cantones de la zona centro de Manabí y fortalecer la protección de los recursos turísticos, a través de un producto ecoturístico que brinde al turista la oportunidad de disfrutar de la naturaleza.

– **ATRATIVOS TURÍSTICOS VINCULADOS**



La ruta ecoturística estará conformada por tres atractivos o paradas de los cantones Bolívar, Chone y Tosagua, la finca ecológica café, color, tierra descrita en el cuadro 4.35, la represa Sixto Durán Ballén expuesta en el cuadro 4.37 el humedal la segua que figura en el cuadro 4,36 y que se describen a continuación.

Cuadro 4.35: Descripción de la finca ecológica café color tierra

	NOMBRE	FINCA ECOLÓGICA CAFÉ COLOR TIERRA
	UBICACIÓN	Cantón Chone, parroquia Santa Rita, comunidad el Mosquito.
	SERVICIOS	Guianza, restauración, camping.
	ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> – Talleres artesanales – Observación de flora y fauna. – Visita al museo esencia de café – Senderismo
DESCRIPCIÓN		
	<p>La finca ecológica café color tierra contempla la conservación y mejora de los entornos naturales y culturales, contribuyendo activamente con el bienestar y concientización de la comunidad, cuenta con un bosque húmedo en el que se pueden encontrar 13 saltos de agua y dos cascadas, así como diversas especies de flora y fauna propias de la región.</p>	



Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.36: Descripción del humedal la Segua

	NOMBRE	HUMEDAL LA SEGUA
	UBICACIÓN	Cantón Chone y Tosagua, parroquia San Antonio
	SERVICIOS	Guianza y restauración,
	ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> – Observación de fauna. – Observación de aves – Senderismo – Deportes acuáticos – Fotografía
DESCRIPCIÓN		
<p>El humedal la Segua es un área de conservación provincial que cuenta con 1742 ha de tierras inundadas, es el quinto humedal del Ecuador y el humedal de agua dulce más grande del sistema. Esta reserva hídrica es uno de los 18 humedales reconocidos por el Ministerio del Ambiente en todo el país, el cual es un gigantesco santuario de aves, peces y otras especies vivientes.</p>		

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.37: Descripción de la represa Sixto Durán Ballén

	NOMBRE	REPRESA SIXTO DURÁN BALLÉN
	UBICACIÓN	Cantón Bolívar, parroquia Quiroga.
	SERVICIOS	Guianza, restauración y camping
	ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> – Observación de flora y fauna – Senderismo – Deportes acuáticos – Fotografía
DESCRIPCIÓN		
<p>Fue construida en la cabecera de la cuenca hidrográfica del río Carrizal en el año 1992, con un área de 445 Km², almacena 450 millones de metros cúbicos de agua. Está destinada para varias alternativas turísticas como paseos en canoas, pesca, gabarra y restaurantes que ofrecen a los turistas la deliciosa comida criolla manabita.</p>		

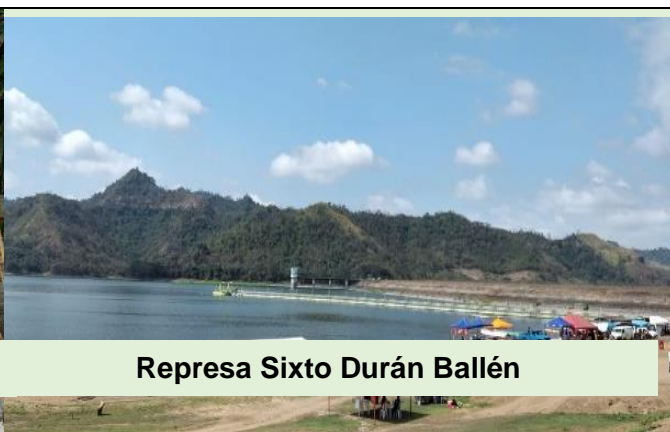
Fuente: Elaboración propia

– **ESTRUCTURA DE LA RUTA ECOTURÍSTICA**

Después de que han sido identificados los atractivos turísticos que conformarán la ruta turística se procede a estructurar el paquete turístico que tendrá una duración de dos días una noche y un full day, la ruta se compondrá de tres paradas, por los atractivos del cantón Chone y Bolívar, en esta ruta el turista podrá disfrutar de cascadas, espejos de agua, deportes acuáticos, gastronomía tradicional y observación de aves.



Finca ecológica café color tierra



Represa Sixto Durán Ballén

RUTA ECOTURÍSTICA "NATURALEZA Y DIVERSIÓN"

(2 días/1 noche)



Humedal la Segua



Deportes acuáticos



Paseos en canoa

ITINERARIO

- **DÍA 1**
- Salida desde la plaza cívica del cantón Chone hacia la finca ecológica café color tierra.
- Desayuno tradicional en la finca, información sobre el lugar, sendero de las cascadas, visita al museo de café
- Por la tarde salida hacia el humedal la segua, hospedaje en la ciudad de Calceta, city tour nocturno.
- **DÍA 2**
- Salida hacia represa la esperanza, mañana de relajación y degustación de platillos tradicionales
- Por la tarde deportes acuáticos y visita hacia la isla.
- Retorno al centro de Calceta.

INFORMACIÓN TÉCNICA

- Estacionalidad: Todo el año
- Distancia a recorrer: 40 KM
- Dificultad: Media

RECOMENDACIONES

- Se recomienda el uso de protector solar, gorras, calzado adecuado y ropa cómoda.



Finca ecológica café color tierra



Humedal la Segua

RUTA ECOTURÍSTICA "NATURALEZA Y DIVERSIÓN" (Full day)



Deportes acuáticos



Observación de aves

ITINERARIO

- Salida desde la plaza cívica del cantón Chone hacia la finca ecológica café color tierra.
- Desayuno tradicional en la finca, información sobre el lugar, visita al museo de café, almuerzo tradicional y sendero de las cascadas
- Por la tarde salida hacia el humedal la segua, práctica de deportes acuáticos y observación de aves.

INFORMACIÓN TÉCNICA

- Estacionalidad: Todo el año
- Distancia a recorrer: 20 KM
- Dificultad: Media

RECOMENDACIONES

- Se recomienda el uso de protector solar, gorras, calzado adecuado y ropa cómoda.

4.3.4. GRAFICAR MAPAS DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

A continuación, se realizará la graficación respectiva de cada uno de los productos turísticos que se han desarrollado.

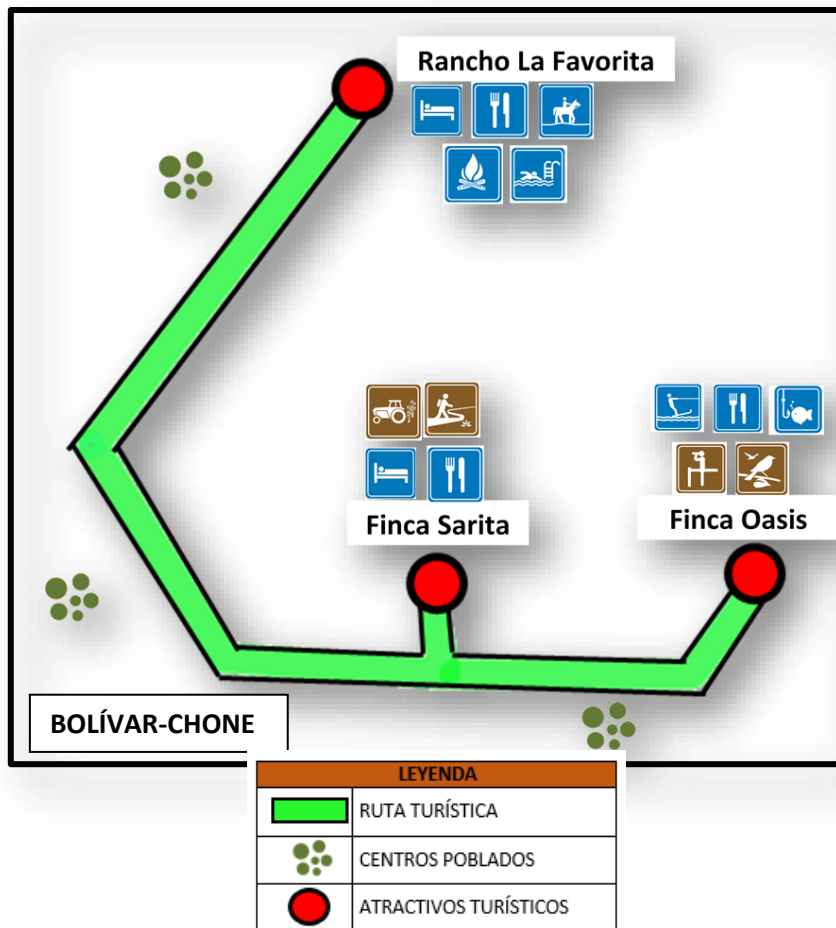
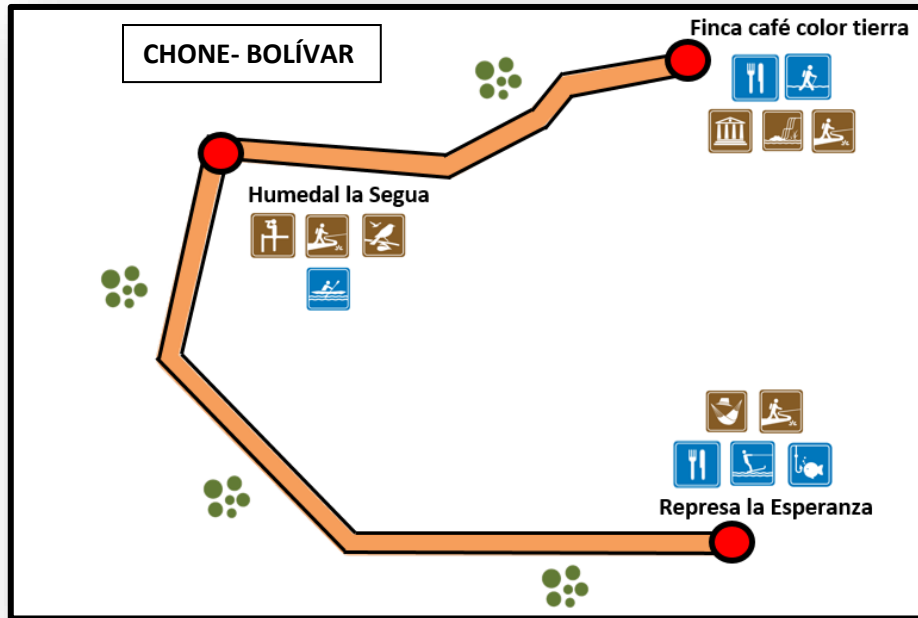


Gráfico 4.8: Gráfico de la ruta vivencial "Descubriendo la vida rural"
 Fuente: Elaboración propia

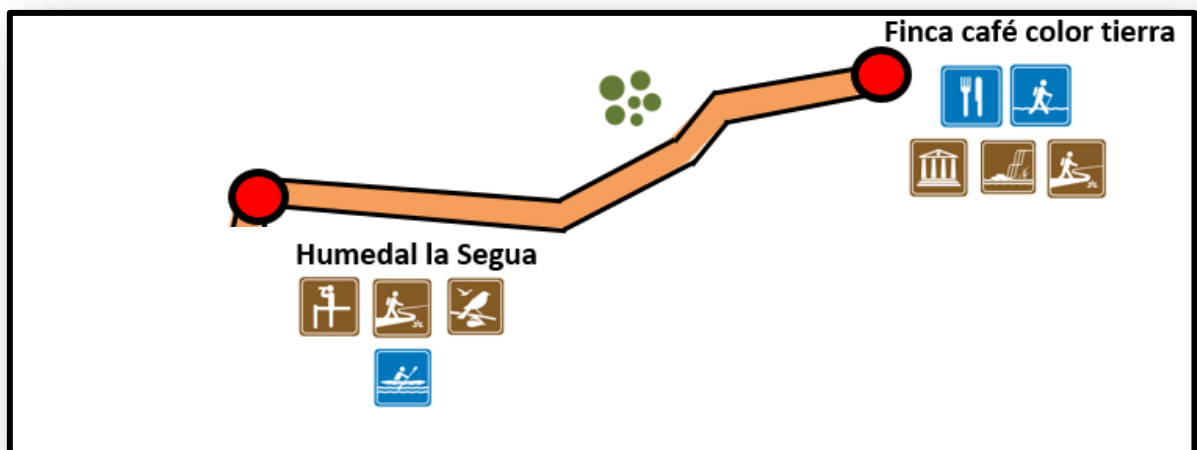


Gráfico 4.9: Gráfico de la ruta vivencial "Descubriendo la vida rural"-Full day
 Fuente: Elaboración propia



LEYENDA	
	RUTA TURÍSTICA
	CENTROS POBLADOS
	ATRATIVOS TURÍSTICOS

Gráfico 4.10: Gráfico de la ruta ecoturística “Naturaleza y diversión”
Fuente: Elaboración propia



LEYENDA	
	RUTA TURÍSTICA
	CENTROS POBLADOS
	ATRATIVOS TURÍSTICOS

Gráfico 4.11: Gráfico de la ruta ecoturística “Naturaleza y diversión”-Full day
Fuente: Elaboración propia

4.3.5. DETERMINAR ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN

En los siguientes apartados se pretende dar a conocer las estrategias por medio del cual se comercializará y distribuirá los productos turísticos que fueron creados anteriormente.

4.3.5.1. ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Las estrategias de comercialización son las que definen el medio por el cual los productos van a llegar al consumidor, para ello se ha definido utilizar el marketing mix que se basa en un conjunto de estrategias que se utilizan para promocionar el producto, este marketing está integrado por cuatro elementos que son el producto, precio, plaza y promoción, los mismos se describen a continuación.

– PRODUCTO

La ruta vivencial y la ruta ecoturística a través de sus paquetes de dos días una noche y los paquetes full day busca satisfacer la necesidad de diversificar la oferta de servicios y productos de turismo alternativo en la zona centro de Manabí, a través de la vinculación de sus atractivos naturales y culturales característicos de la zona.

– CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

- Productos turísticos con una oferta de servicios única, que engloba los espacios naturales y las tradiciones propias de la vida rural, en la que el turista podrá disfrutar de un ambiente natural y participar activamente en las labores agrícolas y ganaderas del campo manabita.
- El entorno que engloba los productos turísticos contiene características de gran valor escénico y paisajístico, ideal para los amantes de la naturaleza y la cultura.
- Los productos turísticos contienen una mezcla de servicios y actividades que satisfacen todos los gustos y deseos del visitante, es así que los turistas podrán disfrutar de alojamiento en ambientes rurales, comidas tradicionales, prácticas de deportes de aventura, participación en talleres artesanales y senderismo.

– ESTRATEGIAS PARA LOS PRODUCTOS

- Diseño de una marca turística para los productos que permitan crear en la mente del consumidor una idea única y perdurable sobre los productos turísticos.
- Elaboración de una mini guía turística que contenga la descripción en base a servicios y actividades de cada uno de los atractivos turísticos vinculados a los productos.
- Ofrecer actividades personalizadas para cada nicho de mercado identificado que permita satisfacer las necesidades de los consumidores.
- Diseñar un mapa interactivo para móviles en los que el turista pueda acceder en tiempo real a la ubicación, características y servicios de los productos turístico.
- Incentivar a la administración pública que promueva la creación de certificaciones de destinos libres de Covid-19 para que el turista se sienta seguro y pueda consumir el producto con confianza.

- **PRECIO**

El establecimiento del precio de los productos turísticos, se basó en la capacidad adquisitiva de los consumidores, que fue evaluada previamente en el estudio de la demanda, considerando aquello y los costos y gastos que implican producir el servicio se procede a establecer los precios para cada producto turístico, asumiendo que dada la pandemia causada por el covid-19 los paquetes se realizarán con una capacidad máxima de 15 personas, y así mismo se establecen los precios considerando que el turista desea adquirirlo individualmente. En el cuadro 4.38 se establecen los precios para 15 personas de la ruta vivencial, en el cuadro 4.39 los precios por individualidad, en el cuadro 4.40 los precios del full day para 15 personas y en el cuadro 4.41 los precios del full day individual. Así mismo en el cuadro 4.42 figuran los precios de la ruta ecoturística para 15 personas, en el cuadro 4.43 los precios por individualidad, en el cuadro 4.44 y 4.45 los precios del full day para 15 personas y también por individualidad respectivamente.

Cuadro 4.38: Costo de la ruta vivencial dos días una noche

Fuente: Elaboración propia

PRESUPUESTO DEL ITINERARIO RUTA VIVENCIAL "DESCUBRIENDO LA VIDA RURAL"				
2 DÍAS 1 NOCHE				
PAX 15				
CANTIDAD	CONCEPTO	TIPO DE COSTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Guía	C.V	3,00	45,00
1	Transporte terrestre	C.V	10,00	150,00
15	Alojamiento	C.F	15,00	225,00
15	Entrada, desayuno, almuerzo y actividades en la finca Sarita	C.F	15,00	225,00
15	Entrada, cena, desayuno y actividades en el rancho la favorita	C.F	8,00	120,00
15	Entrada, almuerzo y actividades en la finca oasis	C.F	10,00	150,00
Total costos variables			13,00	195,00
Total costos fijos			48,00	720,00
Total CF+CV			61,00	915,00
Gastos generales 10%			6,10	91,5
Presupuesto total de operación			67,10	1,006.5
Utilidad prevista 10%			6,71	100,65
PVP			73,81	1,107.15

Cuadro 4.39: Costo individual de la ruta vivencial dos días una noche

PRESUPUESTO DEL ITINERARIO RUTA VIVENCIAL "DESCUBRIENDO LA VIDA RURAL"			
2 DÍAS 1 NOCHE			
PAX 1			
CANTIDAD	CONCEPTO	TIPO DE COSTO	VALOR UNITARIO
1	Guía	C.V	10,00
1	Transporte terrestre	C.V	20,00
1	Alojamiento	C.F	15,00
1	Entrada, desayuno, almuerzo y actividades en la finca Sarita	C.F	15,00
1	Entrada, cena, desayuno y actividades en el rancho la favorita	C.F	8,00
1	Entrada, almuerzo y actividades en la finca oasis	C.F	10,00
Total costos variables			28,00
Total costos fijos			48,00
Total CF+CV			76,00
Gastos generales 10%			7,60
Presupuesto total de operación			83,6
Utilidad prevista 10%			8,36
PVP			91,96

Fuente: Elaboración propia

4.40: Costo de la ruta vivencial full day

PRESUPUESTO DEL ITINERARIO RUTA VIVENCIAL "DESCUBRIENDO LA VIDA RURAL"			
FULL DAY			

PAX 15				
CANTIDAD	CONCEPTO	TIPO DE COSTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Guía	C.V	3,00	45,00
1	Transporte terrestre	C.V	5,00	75,00
15	Entrada, desayuno, almuerzo y actividades en la finca Sarita	C.F	15,00	225,00
15	Entrada y actividades en la finca oasis	C.F	8,00	120,00
Total costos variables			8,00	120,00
Total costos fijos			23,00	345,00
Total CF+CV			31,00	465,00
Gastos generales 10%			3,10	46,50
Presupuesto total de operación			34,10	511,5
Utilidad prevista 10%			3,41	51,15
PVP			37,51	562,65

Fuente: Elaboración propia

4.41: Costo individual de la ruta vivencial full day

PRESUPUESTO DEL ITINERARIO RUTA VIVENCIAL "DESCUBRIENDO LA VIDA RURAL" FULL DAY				
PAX 1				
CANTIDAD	CONCEPTO	TIPO DE COSTO	VALOR UNITARIO	
1	Guía	C.V	10,00	
1	Transporte terrestre	C.V	10,00	
15	Entrada, desayuno, almuerzo y actividades en la finca Sarita	C.F	15,00	
15	Entrada y actividades en la finca oasis	C.F	8,00	
Total costos variables			20,00	
Total costos fijos			23,00	
Total CF+CV			43,00	
Gastos generales 10%			4,3	
Presupuesto total de operación			47,30	
Utilidad prevista 10%			4,73	
PVP			52,03	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.42: Costo de la ruta ecoturística dos días una noche

PRESUPUESTO DEL ITINERARIO RUTA ECOTURÍSTICA "NATURALEZA Y DIVERSIÓN" 2 DÍAS 1 NOCHE				
PAX 15				
CANTIDAD	CONCEPTO	TIPO DE COSTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Guía	C.V	3,00	45,00
1	Transporte terrestre	C.V	10,00	150,00
15	Alojamiento	C.F	15,00	225,00

15	Entrada, desayuno, almuerzo y actividades en la finca café color tierra	C.F	15,00	225,00
15	Actividades en la represa la esperanza	C.F	10,00	150,00
15	Actividades en el humedal la segua	C.F	10,00	150,00
Total costos variables			13,00	195,00
Total costos fijos			50,00	750,00
Total CF+CV			63,00	945,00
Gastos generales 10%			6,30	94,5
Presupuesto total de operación			69,30	1,039.5
Utilidad prevista 10%			6,93	103,95
PVP			76,23	1,143.45

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.43: Costo individual de la ruta ecoturística dos días una noche

PRESUPUESTO DEL ITINERARIO RUTA ECOTURÍSTICA “NATURALEZA Y DIVERSIÓN ”			
2 DÍAS 1 NOCHE			
PAX 1			
CANTIDAD	CONCEPTO	TIPO DE COSTO	VALOR UNITARIO
1	Guía	C.V	10,00
1	Transporte terrestre	C.V	20,00
15	Alojamiento	C.F	15,00
15	Entrada, desayuno, almuerzo y actividades en la finca café color tierra	C.F	15,00
15	Actividades en la represa la esperanza	C.F	10,00
15	Actividades en el humedal la segua	C.F	10,00
Total costos variables			30,00
Total costos fijos			50,00
Total CF+CV			80,00
Gastos generales 10%			8,00
Presupuesto total de operación			88,00
Utilidad prevista 10%			8,80
PVP			96,8

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.44: Costo de la ruta ecoturística full day

PRESUPUESTO DEL ITINERARIO RUTA ECOTURÍSTICA “NATURALEZA Y DIVERSIÓN ”				
FULL DAY				
PAX 15				
CANTIDAD	CONCEPTO	TIPO DE COSTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Guía	C.V	3,00	45,00
1	Transporte terrestre	C.V	5,00	75,00

15	Entrada, desayuno, almuerzo y actividades en la finca café color tierra	C.F	15,00	225,00
15	Actividades en el humedal la segua	C.F	10,00	150,00
Total costos variables			8,00	120,00
Total costos fijos			25,00	375,00
Total CF+CV			33,00	495,00
Gastos generales 10%			3,30	49,50
Presupuesto total de operación			36,30	544,5
Utilidad prevista 10%			3,63	54,40
PVP			39,93	598,90

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.45: Costo individual de la ruta ecoturística full day

PRESUPUESTO DEL ITINERARIO RUTA ECOTURÍSTICA "NATURALEZA Y DIVERSIÓN FULL DAY			
PAX 15			
CANTIDAD	CONCEPTO	TIPO DE COSTO	VALOR UNITARIO
1	Guía	C.V	10,00
1	Transporte terrestre	C.V	10,00
15	Entrada, desayuno, almuerzo y actividades en la finca café color tierra	C.F	15,00
15	Actividades en el humedal la segua	C.F	10,00
Total costos variables			20,00
Total costos fijos			25,00
Total CF+CV			45,00
Gastos generales 10%			4,50
Presupuesto total de operación			49,50
Utilidad prevista 10%			4,95
PVP			54,45

Fuente: Elaboración propia

– **CARACTERÍSTICAS DEL PRECIO**

- Los precios se acoplan al nivel socioeconómico de los encuestados expuesto en el perfil del turismo, estos son accesibles para cualquier nivel socioeconómico.
- Los precios de los productos se acoplan a los servicios y actividades que se encuentran dispuestos en los itinerarios, considerando los valores que manejan los servidores turísticos.

– **ESTRATEGIAS DEL PRECIO**

- Conservar o ajustar los precios actuales considerando los precios que maneja la competencia.

- Considerar descuentos para niños menores de 12 años y personas con capacidades diferentes.
- Fijar facilidades de pago para los turistas que así lo requieran.
- **PLAZA**

Los productos turísticos propuestos estarán dirigidos a turistas nacionales con una mayor inclinación a aquellos que vivan en la provincia de Manabí y que tengan un gran interés por realizar turismo que esté vinculado hacia la naturaleza y la cultura.

- **CARACTERÍSTICAS DE LA PLAZA**
- Productos dirigidos a turistas con interés por realizar actividades vinculadas a la naturaleza y al turismo rural.
- Mercado receptor nacional, especialmente de la provincia de Manabí.
- **ESTRATEGIAS DE LA PLAZA**
- Garantizar servicios turísticos de calidad que generen confianza en los turistas.
- Sociabilizar los productos turísticos con agencias de viajes de la provincia.
- Planificar la comercialización de los productos en temporadas altas y bajas.
- Posicionar los productos en buscadores online como bookig.com, tripadvisor y despegar.com que el turista utiliza con mayor frecuencia para adquirir los productos y servicios que requiere.
- Crear convenios con agencias de viajes de la provincia para que comercialicen los productos turísticos en sus carteleras.
- **PROMOCIÓN**

La promoción de los productos que tiene como finalidad comunicar a los clientes potenciales los beneficios de adquirir los productos que se están ofertando se realizará a través de diferentes medios tanto físico como digitales, como medios de comunicación y ferias turísticas en las que se pueda dar conocer los productos que se ofrecen.

- **CARACTERÍSTICAS DE LA PROMOCIÓN**

- La promoción se realizará de manera concreta y continua, hasta que el público potencial conozca y se genere una imagen consolidada del producto turístico.
- La promoción se realizará además de los medios de comunicación con las diferentes agencias y operadores de turismo de la zona.

- **ESTRATEGIAS DE LA PROMOCIÓN**

- Difundir y dar a conocer los atributos de los productos turísticos a través de una página web oficial en la que se le brinde al turista toda la información necesaria sobre atractivos y servicios que este requiera.
- Participar activamente en ferias turísticas que se realicen dentro de la provincia y el país, en la que se brinde información a los visitantes sobre la oferta turística que se pretende vender.
- Diseñar artículos que se le puedan obsequiar a los turistas como gorras, camisetas, jarros y llaveros, en los que se coloque la marca turística de los productos.
- Realizar un viaje de familiarización con las principales agencias y operadores de turismo de la provincia.
- Diseñar una aplicación móvil en la que se promocionen los atractivos turísticos de la zona

4.3.5.2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Luego de que se han establecido las estrategias de marketing para posicionar el producto en la mente del consumidor, se procede a seleccionar los canales de distribución que serán los medios por los cuales se venderán los productos de tal manera que lleguen al consumidor final. Para fines investigativos y de mejor acoplamiento del producto se ha decidido distribuirlo a través del canal corto dirigido especialmente para turistas nacionales, este canal corto estará compuesto por agencias de la provincia de Manabí como Monkeys tour que es una agencia reciente que se está especializando en turismo rural y M y C travel ubicada en el cantón Portoviejo que se interesa también por un turismo interno, a nivel provincial se utilizará la agencia Metrolitan Touring para la comercialización del producto, estas tres agencias de viajes serán utilizadas

como canales de distribución principales, además se utilizará el marketing digital a través del posicionamiento de los productos en los principales buscadores online como booking.com, tripadvisor y despegar que son los medios más comunes en los que las personas eligen los productos y servicios que desean consumir.

Los canales de distribución escogidos permitirán que el producto llegue de manera más rápida al consumidor final, así mismo se ha elegido un canal directo de promoción como ya se había mencionado antes para ello se creará una marca turística representativa de los productos que se posicione en la mente de los consumidores y que pueda ser utilizada en los diferentes medios, este canal directo está conformado por la página web oficial, medios de comunicación, promoción boca a boca y participación en ferias que por promuevan el turismo, con la utilización de estos medios la información sobre los atributos del producto podrá llegar de primera mano al consumidor final.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- A partir de la recolección bibliográfica y de campo se pudo determinar la existencia de 51 atractivos turísticos, 30 establecimientos de hospedaje, 204 establecimientos de restauración, 27 locales de recreación, además de 1 agencia de viajes, 1 transporte turístico y una asociación turística, considerando estos datos, así como el análisis de la inversión pública y privada y la percepción de la comunidad local, se determinó que los cantones Chone y Bolívar cuentan con mayor capacidad de pernoctación., sin embargo, es necesario recalcar las falencias en cuanto a servicios e infraestructura que son visibles tanto en los atractivos como en los diferentes establecimiento turísticos.
- Mediante la evaluación de la potencialidad turística a través de un sistema de indicadores, se determinó que no existen atractivos turísticos con potencialidad alta, sin embargo constan veintitrés atractivos con potencialidad media de los cincuenta y uno evaluados inicialmente, de los cuales nueve pertenecen a la categoría de sitios naturales y catorce son manifestaciones culturales, estos atractivos cumplieron con más del 50% de los indicadores evaluados, en cuanto al índice de potencialidad turística por territorio el cantón Chone es el que cuenta con mayor potencial, seguido del cantón Tosagua y Bolívar respectivamente. Finalmente se considera que la zona centro de Manabí tiene potencial para el desarrollo de actividades de naturaleza, aventura, turismo rural y gastronómico.
- La evaluación de la potencialidad turística permitió el diseño de cuatro productos turísticos vinculados al turismo rural, ecoturismo y turismo de aventura, dos productos turísticos se realizarán con una noche de pernoctación, mientras que los demás están enfocados en un full day, estos productos están enfocados en aprovechar las potencialidades turísticas del territorio con respecto a actividades vivenciales propias de la zona y al aprovechamiento de los recursos naturales presentes en la misma.

- Finalmente se puede señalar que la evaluación de la potencialidad turística permitió verificar que la zona centro de Manabí tiene potencial para el desarrollo de actividades vinculadas a modalidades alternativas como el turismo rural, de aventura y de naturaleza, por lo que es factible la elaboración de productos turísticos con estas características que satisfagan un nicho de mercado en expansión.

5.2. RECOMENDACIONES

- Se sugiere a los GAD municipales de la zona centro de Manabí, haciendo uso de sus competencias mantener actualizado el catastro e inventario turísticos de los cantones, con el fin de conocer de manera óptima la zona y tomar las decisiones correctas que coadyuven al desarrollo turístico del territorio.
- Se recomienda a los GAD municipales hacer uso de las potencialidades turísticas con las que cuenta el territorio para la diversificación turística y económica del mismo, a través de la dotación de herramientas de índole turística que permitan hacer frente a las debilidades con las que actualmente cuenta el sector.
- Se sugiere a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí afianzar las alianzas estratégicas con los GAD de la zona centro de Manabí, para que conjuntamente generen estrategias que permitan el desarrollo del territorio en materia turística.
- Se recomienda a los GAD municipales el diseño de productos turísticos que incentiven la visita a los atractivos turísticos y diversifiquen la oferta de servicios con la que cuenta actualmente el territorio.

BIBLIOGRAFÍA

- Arciniega, D., Osorio, M., y Regil, H. (2016). Evaluación de los recursos turísticos naturales del municipio de San Pedro Lagunillas, Nayarit, México, a partir de la metodología multicriterio. *Cuaderno Virtual de Turismo*, (16)3, 43-60. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1154/115449790005.pdf>
- Arroyo, M. (2018). Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia Manabí. *Revista electrónica cooperación universidad sociedad*. Obtenido de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Recus/article/view/1284/1096>
- Asociación de Comercio de Viajes de Aventura (ATTA). (2014). *Global Report on Adventure Tourism*. Recuperado de: <https://skift.com/wp-content/uploads/2014/11/unwto-global-report-on-adventure-tourism.pdf>
- Barbosa, E. (2007). La política del turismo cultural y el diseño de producto turístico para el turismo cultural. Caso: corredor turístico Bogotá-Boyacá-Santander. *Escuela de Administración de Negocios*, 60, 105-122. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/206/20606006.pdf>
- Bayas, J., & Mendoza, M. (2018). Modelo de gestión para el turismo rural en la zona centro de Manabí, Ecuador. *Revista científica dominio de las ciencias*, 4(2), 5. Obtenido de file:///C:/Users/EQUIPO/Downloads/DialnetModeloDeGestionParaEITurismoRuralEnLaZonaCentroDeM-6870907.pdf
- Bosco, J. (25 de diciembre de 2016). *Vía que une zona rural, lista en 90%. El universo*. Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/noticias/2016/12/25/nota/5968579/que-une-zona-rural-lista-90>
- Bravo, L., Alonzo, A y Pérez, M. (2018). La actividad turística en el ecuador: ¿turismo consciente o turismo tradicional?. *Revista ECA Sinergia*, (9)1. Recuperado de: https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v9i1.1195
- Bringas, N., y González, I. (2004). El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local en dos comunidades indígenas de Baja California. *Economía, sociedad y territorio*, (4)14, 551-590. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/111/11101508.pdf>
- Canseco, M. (2016). Diversificación de la Actividad Turística. *VI Congreso Nacional de Investigación Turística*. Ponencia llevada a cabo en el Instituto Politécnico Nacional, México.
- Carvache, W., Carvache, M., Carvache, O., y Recalde, X. (2018). Preferencias para el turismo de aventura en la elaboración de un paquete turístico: Caso Santa Elena, Ecuador. *Scielo*, 14(1). Recuperado de: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718235X2018000100043&script=sci_arttext

- Chaves, A., y Solís, S. (2016). Turismo y Patrimonio cultural inmaterial: Alternativa de complementariedad para el desarrollo de los territorios rurales. *Espiga*, (15)32, 169-181. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5703501>
- Chocolate de seis sabores. (25 de octubre de 2017). *El diario*. Recuperado de: <https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/452045-chocolate-de-seis-sabores/>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)., Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)., e Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). (2019). *Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas: una mirada hacia América Latina y el Caribe 2019-2020*. Recuperado de: <http://repositorio.iica.int/bitstream/11324/8214/1/BVE19040295e.pdf>
- Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas. (2018). *Marco Estratégico de Turismo Sustentable en Áreas Protegidas de México*. Recuperado de: <https://www.conanp.gob.mx/acciones/advc/MarcoEstrategico.pdf>
- Consejo Nacional de competitividad. (2019). *Índice de competitividad, viajes y turismo 2019*. Obtenido de <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2019/09/Indice-de-Competitividad-Viajes-y-Turismo-2019.pdf>
- Conti, A., Charne, U., Moscoso, F., y Comparato, G. (2013). El papel del patrimonio en la diversificación de la oferta turística. *X Jornadas de Sociología*. Ponencia llevada a cabo en la Facultad de Ciencias Sociales, Buenos Aires, Argentina.
- Cruz, I., y Zizumbo, L. (2017). Alcances de la política social y el turismo rural para el desarrollo local en San Mateo Almomoloa – México. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, (26)4, 944 – 963. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180752919010.pdf>
- Darias, M., Ramírez, J., y Pérez, M. (2016). Estrategia participativa para el desarrollo del turismo rural en Hoyo de Mena. *Avances*, (18)4, 288-297. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6210111>
- Díaz, S., Pérez, J., y Ortega, M. (2017): Análisis de las motivaciones hacia el ecoturismo en Ecuador. Un estudio de caso en la Isla Santay. *Turydes: Turismo y Desarrollo*, (10)22. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/turydes/22/isla-santay.html>
- Doumet, Y., & Yanez, P. (2014). Estrategias para desarrollar el agroturismo en la represa Sixto Durán Ballén, Manabí, Ecuador. ESPAMCIENCIA. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/304253793 ESTRATEGIAS_PARA_DESARROLLAR_EL_AGROTURISMO_EN_LA_REPRESA_SIXTO_DURAN_BALLEN_MANABI_ECUADOR

- Empresa pública Ecuador estratégico. (2018). *Calceta ya cuenta con un nuevo y moderno patio de comidas*. Recuperado de: <https://www.ecuadorestrategicoep.gob.ec/calceta-ya-cuenta-con-un-nuevo-y-moderno-patio-de-comidas/>
- Enríquez, M., Osorio, M., Franco, S., Ramírez, I., y Nava, G. (2010). Evaluación multicriterio de los recursos turísticos del Parque Estatal Sierra de Nanchititla, Estado de México. *El Periplo Sustentable*, 18, 7-35. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1934/193414423001.pdf>
- Fernández, L. (2006). *El turismo alternativo: una opción para el desarrollo económico local del paraje monasterio* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de la Plata, Argentina.
- Figuerola, L., Cavazos, J., & Mayett, Y. (2014). Desarrollo de productos turísticos rurales sustentables. Propuesta y validación de expertos respecto a tres variables. *Revista*. Obtenido de file:///C:/Users/EQUIPO/Downloads/Dialnet-DesarrolloDeProductosTuristicosRuralesSustentables-5026251.pdf
- Flores, C., Zizumbo, L., Cruz, G., y Vargas, E. (2014). Economía social, comunalidad: orientación teórica para el turismo rural, como alternativa de desarrollo. *Scielo*, (4)9. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-09342014001301645&script=sci_arttext
- Fraiz, J. (2015). La constante evolución del turismo: innovación, tecnología, *Pasos*, 13(4). Obtenido de: https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/16155/PS_13_4%20_%282015%29_01.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gambarota, D., Leonardi, V., y Elías, S. (2018). Las aguas termales como patrimonio natural y cultural. Potencialidad turística en Bahía Blanca (Argentina). *Revista Internacional de Turismo de Gestión Científica*, (4)2, 285-301. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es › descarga › articulo>
- García, N., y Doumet, Y. (2017). El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*. Recuperado de: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2017000100105
- Gobierno autónomo descentralizado de la provincia de Manabí. (2016). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la provincia de Manabí 2015-2024*. Recuperado de: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1360000120001_PDyOT%20Manabi%20actualizado%2031-10-2016%20%C3%BAltimo_29-12-2016_09-46-27.pdf

- Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Bolívar. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Bolívar 2015-2026*. Recuperado de: <https://odsterritorioecuador.ec/wp-content/uploads/2019/04/PDOT-CANTON-BOLIVAR-2016-2025.pdf>
- Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Bolívar. (2019). *El alcalde Walther Cevallos rinde cuentas de sus primeros 100 días a sus mandantes*. Recuperado de: <http://www.gadbolivar.gob.ec/boletines/2019/agosto/BOLETIN%20N.-%20050%20-58.pdf>
- Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Bolívar. (2019). *En calceta se inició la construcción del malecón Dr. Silvio Larrea Rúaes*. Recuperado de: <https://www.gadbolivar.gob.ec/boletines/2019/febrero/BOLETINES%203-11.pdf>
- Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Bolívar. (2019). *En Calceta reparación de reloj avanza*. Recuperado de: <https://www.gadbolivar.gob.ec/boletines/2019/abril/BOLETIN%20N.-17-21.pdf>
- Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Chone. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Chone 2015-2019*. Recuperado de: <http://www.chone.gob.ec/pdf/lotaip2/documentos/pdot.pdf>
- Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Tosagua. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Tosagua 2015-2019*. Recuperado de: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1360001790001_PDOT%20TOSAGUA%202014%20-%202019_14-03-2015_01-42-53.pdf
- Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Chone. (2018). *Segunda fase del proyecto de señalización turística de Chone*. Recuperado de: <https://www.chone.gob.ec/index.php?gc=3&ntc=4072>
- Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Chone. (2018). *Inversionistas turísticos reciben capacitación*. Recuperado de: <https://www.chone.gob.ec/index.php?gc=3&ntc=3719>
- Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Chone. (2017). *Presentaron Plan de Desarrollo Turístico del cantón Chone*. Recuperado de: <https://www.chone.gob.ec/index.php?gc=3&ntc=3075>
- Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Junín. (2014). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Junín 2015-2019*. Recuperado de: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1360000710001_PDOT%20JUNIN%202015D_16-03-2015_12-05-15.pdf

- Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Junín. (2018). Se inauguran grandes Obras. Recuperado de: <https://municipiodejunin.gob.ec/junin/index.php/8-portada/90-se-inauguran-grandes-obras>
- Gobierno Provincial de Manabí. (2016). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Manabí 2015-2024*. Recuperado de: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1360000120001_PDyOT%20Manabi%20actualizado%2031-10-2016%20%C3%BAltimo_29-12-2016_09-46-27.pdf
- Hernández, A. (2004). El papel del patrimonio en el progreso económico, social y cultural. El caso particular del turismo. *Pasos* (2)2, 307-310. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/881/88120212.pdf>
- Huizar, M. (2011). *La conservación del medio ambiente como factor de competitividad para el turismo*. En Arnaiz, E., y Virgen, C (Ed.), *Sociedad naturaleza y turismo* (pp. 107-122). Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.
- Ibáñez, R., y Rodríguez, I. (2012). Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo. En Ivanova, A., e Ibáñez, R (Ed.), *Medio ambiente y política turística en México. Tomo I: Ecología, biodiversidad y desarrollo turístico*, (17-34). México D.F: Editorial Secretaria de medio ambiente y recursos naturales.
- Inicia la agenda por el Manabismo. (2 de junio de 2019). *El diario*. Recuperado de: <https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/503552-inicia-la-agenda-por-el-manabismo/>
- Juárez, J y Ramírez, B. (2007). El turismo rural como complemento al desarrollo territorial rural en zonas indígenas de México. *Scripta nova*, (11)236. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Benito_Ramirez-Valverde/publication/28184560_El_turismo_rural_como_complemento_al_desarrollo_territorial_rural_en_zonas_indigenas_de_Mexico/links/5b2734390f7e9b0e374e69c4/El-turismo-rural-como-complemento-al-desarrollo-territorial-rural-en-zonas-indigenas-de-Mexico.pdf
- Kotler, P., Madariaga, J., Flores, J., Bowen, J., y Makens, J. (2011). *Marketing turístico*. Recuperado de: entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/04/Marketing-Turístico-de-Philip-Kotler.pdf
- La estancia atrae turistas. (29 de agosto de 2016). *El diario*. Recuperado de: <https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/403839-la-estancia-atrae-turistas/>
- Meraz, L., Álvarez., y Gonzáles, V. (2019). Turismo rural' como estrategia para el desarrollo turístico del Valle de Mexicali, Baja California. *El Periplo Sustentable*, 37, 141-172. Recuperado de: <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/9158/10425>

- Ministerio de ambiente (MAE). (2017). *Ecosistemas como estrategia de turismo*. Recuperado de: http://maetransparente.ambiente.gob.ec/documentacion/Biodiversidad/Archivos/Ecosistemas_como_estrategia_de_turismo-Martin_Vega.pdf
- Ministerio de ambiente [MAE]. (2015). *Valoración Económica del Aporte del sistema nacional de áreas protegidas a la nueva matriz productiva: Sector turismo*. Recuperado de: <file:///C:/Users/EQUIPO/Downloads/SNAP%20TURISMO%20WEB.pdf>
- Ministerio de turismo (MINTUR). (2014). *Reglamento de operación turística de aventura*. Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-OPERACION-TURISTICA-DE-AVENTURA.pdf>
- Ministerio de turismo (MINTUR). (2015). *Turismo de aventura, un negocio en crecimiento*. Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/turismo-de-aventura-un-negocio-en-crecimiento/>
- Ministerio de turismo [MINTUR]. (2017). *Programa nacional para la excelencia turística*. Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/programas-y-servicios/>
- Ministerio de turismo. (2020). *Proyecto Pacífico Ecuatorial incluye a Manabí y Esmeraldas para su reactivación turística*. Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/proyecto-pacifico-ecuatorial-incluye-a-manabi-y-esmeraldas-para-su-reactivacion-turistica/>
- MINTUR. (2020). *Levantamiento de Información sobre el comportamiento del turismo a nivel nacional dada la Nueva Normalidad generada por la Afectación del Virus COVID-19*. Recuperado de: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/DespuesCovid/Comportamiento-Covid-VERSION-FINAL_JSP.pdf
- Moral, M., Fernández, M., y Sánchez, M. (2019). Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales. *Espacios*, (40)1. Recuperado de: <http://www.revistaespacios.com/a19v40n01/a19v40n01p03.pdf>
- OMT. (2006). *Agenda para Planificadores Locales: turismo sostenible y gestión municipal*. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/258982700/4-OMT-Agenda-Para-Planificadores-Locales-Turismo-Sostenible-y-Gestion-Municipal>
- Organización de naciones unidas [ONU]. (2018). *Biodiversidad*. Recuperado de: <http://www.unesco.org/new/es/office-in-montevideo/natural-sciences/ecological-sciences/mab-lac-themes/biodiversidad/>
- Organización mundial del turismo [OMT]. (2015). *Manual de desarrollo de productos turísticos*. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414154>

- Organización mundial del turismo [OMT]. (2019). *Informe del Secretario General sobre las tendencias actuales en el turismo internacional*. Recuperado de: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/ce110_03_report_of_the_secretary_general_on_current_trends_of_international_tourism_sp.pdf
- Organización mundial del turismo [OMT]. (2019). *Porqué el turismo*. Recuperado de: <https://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- Organización mundial del turismo [OMT]. (enero de 2018). *El turismo internacional mantiene un fuerte impulso en 2018*. Recuperado de: <https://www2.unwto.org/es/press-release/2018-10-10/el-turismo-internacional-mantiene-un-fuerte-impulso-en-2018>
- Organización mundial del turismo [OMT]. (mayo de 2019). *Cifras clave del turismo*. Recuperado de: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_key_figures_barom_may2019_sp.pdf
- Organización mundial del turismo [OMT]. (septiembre de 2019). *Barómetro mundial del turismo*. Recuperado de: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom19_03_september_excerpt2.pdf
- Osorio, M. (2008). Turismo masivo y alternativo. Distinciones de la sociedad moderna/posmoderna. *Scielo*, 17(52). Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352010000100010
- Osorio, M., y Domínguez, J. (2019). Experiencias de turismo comunitario en el Área Natural Protegida del Nevado de Toluca, México: hacia la construcción de productos turísticos patrimoniales alternativos. *Cuadernos de desarrollo rural*, 16(83). Recuperado de: <http://orcid.org/0000-0002-8299-9860>
- Pérez, A., Juárez, J., Ramírez, B., Estrella, N., y Propin, E. (2017). Potencial turístico de la región Huasteca Hidalguense, México. Alcances y limitaciones. *Regiones y Desarrollo Sustentable*, 32. Recuperado de: <http://www.coltlax.edu.mx/sintegral/pagina/revista/pdf/32/REVISTA%2032.pdf#page=37>
- Pérez, O., Solís, V., Hernández, H., Caretta, M., y Rivera, J. (2012). Potencial turístico de la región Huasteca del estado de San Luis Potosí, México. *Scielo*, (12)38. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-84212012000100009
- Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía Colombiana*, (28)3, 507-513. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1803/180320698018.pdf>
- Porcal, C. (2011). El patrimonio rural como recurso turístico. la puesta en valor turístico de infraestructuras territoriales (rutas y caminos) en las áreas de

- montaña del país vasco y de navarra. *Cuadernos de turismo*, 27, 759-784. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/398/39820898041.pdf>
- Prats, LL. (2005). Concepto y gestión del patrimonio local. *Cuadernos de Antropología Social*, 21, 17-35. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1809/180913910002.pdf>
- Quesada, R. (2010). *Elementos de turismo: teoría, clasificación y actividad*. Recuperado de: <https://books.google.com.ec/books>
- Reinoso, N. (2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico. *CULTUR*. Recuperado de: <file:///C:/Users/EQUIPO/Downloads/Dialnet-ModeloDeGestionParaFomentarElDesarrolloTuristicoDe-6311570.pdf>
- Repotencian el humedal La Segua. (17 de agosto de 2016). *El diario*. Recuperado de: <https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/402528-repotencian-el-humedal-la-segua/>
- Rodríguez, F., Vargas, E., Andrade, M., y Bedolla, J. (2016). Potencial turístico en micro destinos con intervención pública: criterios de valoración. *Cultur*, 1. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo>
- Salazar, A. (2014). *Diversificación de la oferta turística para el hostel Aya huma – cantón Otavalo*, (tesis de pregrado). Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ibarra, Ecuador.
- Salcedo, M., y Reboloso, F. (2012). Turismo y sustentabilidad: paradigma de desarrollo entre lo tradicional y lo alternativo. *Gestión y estrategia*, 41, 71.86. Recuperado de: <http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/2966/turismo-ysustentabilidad-paradigma-de-desarrollo-entre-lo-tradicional-y-lo-alternativo.pdf?sequence=1>
- Sánchez, A y Vargas, E. (2015). Turismo sustentable. Un acercamiento a su oferta. *Redalyc*, 15 (3). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/904/90444727013.pdf>
- Secretaría de turismo de México (SECTUR). (2004). *Turismo alternativo una nueva forma de hacer turismo* (Fascículo 1). Recuperado de: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/05/Turismo-Alternativo-una-nueva-forma-de-hacer-turismo.pdf>
- Secretaría nacional de planificación [SENPLADES]. (2017). *Agendas zonales-Zona 4 pacífico*. Recuperado de: <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/06/Agenda-Coordinaci%C3%B3n-Zonal-Z4-2017-2021.pdf>
- Secretaría nacional de planificación y desarrollo. (2013). *Proyectos emblemáticos en Manabí*. Recuperado de: <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/05/Proyectos-de-Inversi%C3%B3n-P%C3%BAblica-en-Manab%C3%AD.pdf>

- Secretaria Nacional de turismo de Chile. (2015). *Manual Paso a paso para el Diseño de Productos Turísticos integrados*. Recuperado de: <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/08/244-manual-productos-turc3adsticos-chile.pdf>
- Sepúlveda, S. (2008). *Gestión del desarrollo sostenible en territorios rurales: métodos para la planificación*. IICA. Recuperado de: <http://repiica.iica.int/docs/B0712E/B0712E.pdf>
- Socatelli, M. (2015). *Desarrollo de Productos Turísticos*. Recuperado de: http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.3._Desarrollo_de_Productos_Turisticos.pdf
- Sociedad internacional de ecoturismo. (2015). *¿Qué es ecoturismo?* Recuperado de: <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>
- Sociedad internacional de ecoturismo. (2019). *Cuarta Conferencia Anual de Ecoturismo de Armenia: las partes interesadas clave se reúnen para discutir el futuro del ecoturismo relacionado con las áreas protegidas*. Recuperado de: <https://ecotourism.org/ecotourism/fourth-annual-armenia-ecotourism-conference-key-stakeholders-gather-to-discuss-the-future-of-ecotourism-connected-with-protected-areas/>
- Tanguila, A. (2019). *Gestión y diversificación de la oferta turística de la parroquia Pano, cantón Tena, provincia de Napo*, (tesis de pregrado). Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- Tresserras, J. (2002). *El turismo cultural en países en vías de desarrollo*. Ponencia llevada a cabo en el I Congreso Internacional del turismo cultural, Salamanca, España.
- Un lugar al puro estilo montuvio. (23 de marzo de 2017). *El diario*. Recuperado de: <https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/427198-un-lugar-al-puro-estilo-montuvio/>
- Universidad Europea de Canarias. (2016). *Estudio internacional sobre turismo rural en España*. Recuperado de: <https://www.toprural.com/info/files/live/sites/tr/files/Landing-pages/estudio-turismo-rural-internacional/medias/perfildelconsumidordelestudiointernacional.pdf>
- Varisco, C. (2016). Turismo Rural: Propuesta Metodológica para un Enfoque Sistémico. *Pasos*, (14)1, 153-167. Recuperado de: <https://pdfs.semanticscholar.org/bc20/6198030e357f1152f4344917847b77f9ce54.pdf>
- Vázquez, G y Vázquez, V. (2017). Evaluación de recursos naturales y culturales para la creación de un corredor turístico en el altiplano de San Luis Potosí, México. *Scielo*, 94. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-46112017000300008

ANEXOS

ANEXO 1: ENTREVISTA A GESTORES DEL TURISMO

JUSTIFICACIÓN: La presente entrevista se realiza como parte del proceso de recopilación de información para una tesis de pregrado, por lo tanto, esta información es de carácter confidencial y no tiene ningún fin ajeno a la investigación.

OBJETIVO: Identificar cómo se lleva a cabo la gestión turística de los gobiernos autónomos descentralizados y cuáles son las acciones ejecutadas para el desarrollo turístico de la zona.

Nombre y cargo del entrevistado

1. **¿Qué acciones turísticas ha emprendido esta institución en beneficio del cantón?**
2. **¿Cuáles son los proyectos turísticos que ha ejecutado esta institución en beneficio del cantón?**
3. **¿Existen ordenanzas turísticas que regulen el uso del suelo para fines turísticos? De ser su respuesta afirmativa menciónelas.**
SI () No ()
4. **¿Cuenta el cantón con un plan de desarrollo turístico?**
SI () No ()
5. **De ser la respuesta anterior negativa ¿Cuáles son las acciones de planificación turística dentro del Plan operativo anual?**
6. **¿Cuenta el cantón con una marca turística que los identifique?**
SI () No ()
7. **¿Cuáles son las acciones emprendidas por la institución para la promoción turística del cantón?**
8. **¿Existen productos turísticos reales en la zona? Menciónelos**
9. **¿Cuál es el presupuesto asignado para el desarrollo turístico del cantón?**
10. **¿Es suficiente el presupuesto asignado para el manejo turístico?**

SI () No ()

11. **¿Existen fuentes de apoyo técnico, financiero u otros independientemente de los fondos gubernamentales?**
 SI () No ()
12. **¿En qué medida el personal de la institución participa, posee herramientas necesarias y está capacitado para intervenir en los procesos de planificación turística?**
- No participa, no posee las herramientas necesarias. ()
 - Participa en los procesos de planificación pero no cuenta con las herramientas o no está capacitado ()
 - Participa parcialmente cuenta con las herramientas necesarias y está capacitado ()
 - Participa en su totalidad cuenta con las herramientas necesarias y está capacitado ()
13. **¿Qué inversiones se han realizado en beneficio del turismo del cantón?**
14. **¿Qué tiene planificado esta institución para el desarrollo del cantón?**
15. **¿Cuáles son los esfuerzos desarrollados para incentivar la inversión privada en turismo?**
16. **¿Qué considera que necesita el cantón para desarrollarse turísticamente?**

¡AGRADECEMOS SU COLABORACIÓN!

ANEXO 2: ENCUESTA A RESIDENTES

JUSTIFICACIÓN: La presente encuesta se realiza como parte del proceso de recopilación de información para una tesis de pregrado, por lo tanto, esta información es de carácter confidencial y no tiene ningún fin ajeno a la investigación.

OBJETIVO: Determinar la percepción de la comunidad local con respecto al turismo alternativo en los cantones que conforman la zona centro de Manabí (Bolívar, Chone, Junín y Tosagua).

- | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|-------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------|--------------------------|--------------------------|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------------------|--------------------------|--------------------------|---|--------------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|--------------------------|-----------|--------------------------|--------------------------|--|
| <p>1. Edad _____ años</p> <p>2. Nivel de formación</p> <p>Sin estudios <input type="checkbox"/></p> <p>Primarios y secundarios <input type="checkbox"/></p> <p>Medios y técnicos <input type="checkbox"/></p> <p>Universitarios <input type="checkbox"/></p> <p>3. ¿Posee conocimientos sobre el turismo alternativo?</p> <p>Sí <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>4. ¿Considera Ud. que el territorio tiene potencialidad para desarrollar actividades de turismo alternativo?</p> <p>Sí <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>5. De ser la respuesta anterior afirmativa ¿Qué modalidad de turismo alternativo cree que se podría desarrollar?</p> <p>Turismo rural <input type="checkbox"/></p> <p>Turismo de aventura <input type="checkbox"/></p> <p>Ecoturismo <input type="checkbox"/></p> <p>Todas <input type="checkbox"/></p> <p>6. De las actividades que se pueden realizar dentro del turismo alternativo y conociendo el territorio señale cuáles cree Ud. se podrían desarrollar en la zona</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: left;">Bajo</td> <td style="text-align: center;">Regular</td> <td style="text-align: right;">Malo</td> </tr> <tr> <td>• Visita a cascadas y ríos</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: right;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>• Pesca deportiva</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: right;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>• Caminatas por la naturaleza</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: right;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>• Participación en actividades agropecuarias</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: right;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>• Participación en fiestas populares</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: right;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>• Degustación de la comida típica</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: right;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>• Participación en la elaboración de artesanías</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: right;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>• Paseos en canoa</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: right;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>• Camping</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: right;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <p>7. ¿Considera que la zona cuenta con la infraestructura turística necesaria para realizar estas actividades?</p> <p>Sí <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>8. ¿Considera que el desarrollo de estas actividades podría mejorar la calidad de vida de los pobladores?</p> <p>Sí <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>9. ¿Cree Ud. que el desarrollo del turismo alternativo mejorará la infraestructura e incentivará las inversiones?</p> <p>Sí <input type="checkbox"/></p> | Bajo | Regular | Malo | • Visita a cascadas y ríos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | • Pesca deportiva | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | • Caminatas por la naturaleza | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | • Participación en actividades agropecuarias | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | • Participación en fiestas populares | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | • Degustación de la comida típica | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | • Participación en la elaboración de artesanías | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | • Paseos en canoa | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | • Camping | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>10. ¿Cree Ud. que el desarrollo del turismo alternativo incrementará la oferta de actividades recreativas?</p> <p>Sí <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>11. ¿Considera Ud. que el desarrollo del turismo alternativo favorece acciones de protección del medio ambiente y aumenta la conciencia ambiental?</p> <p>Sí <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>12. De acuerdo a su percepción ¿Cómo denominaría la gestión del GAD cantonal desde el punto de vista de turismo y ambiente?</p> <p>Bueno <input type="checkbox"/></p> <p>Regular <input type="checkbox"/></p> <p>Malo <input type="checkbox"/></p> <p>13. ¿Conoce Ud. algo relacionado con la promoción turística de la zona?</p> <p>Sí <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>14. ¿Conoce Ud. si su zona cuenta con alguna marca turística?</p> <p>Sí <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>15. ¿Qué cree Ud. que se debería mejorar para impulsar el desarrollo turístico de la zona?</p> <p>Accesibilidad <input type="checkbox"/></p> <p>Oferta turística (Alojamiento, restauración y transporte) <input type="checkbox"/></p> <p>Promoción <input type="checkbox"/></p> <p>Mayor compromiso del sector público con el turismo <input type="checkbox"/></p> <p>Articulación entre el sector público y privado <input type="checkbox"/></p> |
| Bajo | Regular | Malo | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| • Visita a cascadas y ríos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| • Pesca deportiva | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| • Caminatas por la naturaleza | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| • Participación en actividades agropecuarias | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| • Participación en fiestas populares | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| • Degustación de la comida típica | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| • Participación en la elaboración de artesanías | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| • Paseos en canoa | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| • Camping | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

¡AGRADECEMOS SU COLABORACIÓN!

ANEXO 3: MATRIZ FODA

		ANÁLISIS EXTERNO																			TOTAL GENERAL FORTALEZAS				
		OPORTUNIDADES								TOTAL	AMENAZAS								TOTAL						
		O1	O2	O3	O4	O5								A1	A2	A3	A4	A5							
ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS	F1	3	3	3	3	3						15	3	0	3	0	3						9	24
		F2	3	1	1	2	3						10	3	0	3	2	2						10	20
		F3	1	0	0	2	1						4	3	0	2	0	2						7	11
		F4	3	1	2	3	3						12	3	1	3	0	2						9	21
		F5	3	3	3	2	3						14	3	0	3	0	3						9	23
		F6	3	1	2	2	2						10	2	0	2	0	2						6	16
	TOTAL	16	9	11	14	15	0	0	0	0	0	65	17	1	16	2	14	0	0	0	0	0	50	TOTAL GENERAL DEBILIDADES	
	DEBILIDADES	D1	3	3	3	3	3						15	3	0	3	0	1						7	22
		D2	1	3	3	2	1						10	3	0	2	0	1						6	16
		D3	3	3	3	2	3						14	3	0	2	0	1						6	20
		D4	0	3	2	1	1						7	3	0	1	0	3						7	14
		D5	2	1	0	0	1						4	3	0	1	0	3						7	11
		D6	1	3	3	2	2						11	3	0	2	0	0						5	16
D7		2	3	3	1	0						9	3	0	1	0	0						4	13	
D8		2	3	3	0	0						8	3	0	1	0	1						5	13	
D9		0	3	2	1	1						7	2	3	2	0	1						8	15	
D10		2	1	1	0	1						5	3	0	2	0	0						5	10	
D11		1	3	3	0	0						7	3	0	2	0	0						5	12	
TOTAL		17	29	26	12	13	0	0	0	0	0	97	32	3	19	0	11	0	0	0	0	0	65		

ANEXO 4: MATRÍZ DE EVALUACIÓN DE INDICADORES POR ATRACTIVO TURÍSTICO

CRITERIO	INDICADOR	CÓDIGO	VALORACIÓN			
			1	2	3	4
COMPETITIVIDAD Y CALIDAD TURÍSTICA	Cercanía del atractivo con centros urbanos importantes	CT1				
	Potencialidad para integrar el atractivo a otros sitios de interés.	CT2				
	Calidad de la accesibilidad	CT3				
	Higiene y seguridad turística	CT4				
	Nivel dotacional con que se cuenta en la actualidad	CT5				
	Presencia de servicios complementarios	CT6				
	Situación actual y perspectivas de la actividad turística del atractivo	CT7				
	Afluencia potencial o real de visitantes o usuarios del recurso turístico	CT8				
	Cercanía con otros atractivos	CT9				
	Telecomunicaciones	CT10				
	Bioseguridad	CT11				
	Tipo de Transporte	CT12				
	Frecuencia del transporte	CT13				
	Servicios básicos	CT14				
	Talento humano afin a turismo	CT15				
	Relación calidad precio	CT16				
	Señaléticas turística y vial	CT17				
	TOTAL					
CALIDAD DEL ENTORNO NATURAL	Posibilidad de desarrollo de actividades de turismo alternativo	CEN1				
	Potencialidades escénicas de los alrededores de la zona	CEN2				
	Estado de conservación e integración atractivo / entorno	CEN3				
	Abundancia o presencia cuantitativa y/o cualitativa de elementos de valor paisajístico y posibilidades de observación (escenarios atractivos, miradores, singular confirmación física, etc.).	CEN4				
	Posibilidades o existencia de prácticas y/o eventos deportivos de cualquier tipo, pero de interés turístico.	CEN5				
	TOTAL					
CALIDAD DEL ENTORNO CULTURAL	Interés de la zona desde el punto de vista cultural	CEC1				
	Presencia de elementos y/o aspectos culturales de reconocido interés turístico.	CEC2				
	TOTAL					
ACTITUD DE LA COMUNIDAD RECEPTORA	Participación comunitaria en proyectos de turismo	ACR1				
	Nivel de unión y colaboración colectiva en torno a objetivos comunes	ACR2				
	Presencia de líderes sociales al interior de la comunidad	ACR3				
	TOTAL					

LEYENDA

CÓDIGO DEL INDICADOR	VALORACIÓN			
	1	2	3	4
CT1	Mas de 31 Km	16-30 km	6-15 km	0-5 km
CT2	Muy baja	Baja	Media	Alta
CT3	Muy mala	Mala	Regular	Buena
CT4	Muy mala	Mala	Regular	Buena
CT5	Inexistente	Cuenta con bar/es, venta/s y/o restaurante/s,	Lo anterior y además algunas modalidades de alojamiento	Complejo turístico
CT6	Inexistente	De 1 a 2 servicios	De 3 a 5 servicios	Más de 6 servicios
CT7	Latente	Emergente	Consolidada	Consolidada y en expansión
CT8	Potencial	Moderada	Masiva temporalmente	Masiva constante
CT9	Mas de 31 Km	16-30 km	6-15 km	0-5 km
CT10	Inexistente	Telefonía fija y móvil	Telefonía fija, móvil y satelital	Telefonía fija, móvil y satelital y conexión a internet
CT11	Muy baja	Baja	Media	Alta
CT12	Ninguno	Moto	Bus y automóvil	Todos
CT13	Eventual	Mensual	Semanal	Diaria
CT14	Inexistentes	Agua y energía eléctrica	Agua, energía eléctrica, alcantarillado y recolección de residuos	Agua, energía eléctrica, alcantarillado, recolección de residuos y sistema de salud.
CT15	Inexistentes	Una persona con grado de tercer nivel	Dos personas con grado de tercer nivel	Tres o más personas y manejo de idioma inglés
CT16	Muy baja	Baja	Media	Alta
CT17	Inexistente	Existente en proceso de deterioro	Existente pero limitada	Existente en buen estado y continua
CEN1	Muy baja	Baja	Media	Alta
CEN2	Muy baja	Baja	Media	Alta
CEN3	Muy mala	Mala	Regular	Buena
CEN4	Inexistente	Moderado	Importante	Muy importante
CEN5	Inexistente	Moderado	Importante	Muy importante
CEC1	Nada interesante	Poco interesante	Interesante	Muy interesante
CEC2	Inexistente	Moderado	Importante	Muy importante
ACR1	Muy baja	Baja	Media	Alta
ACR2	Muy baja	Baja	Media	Alta
ACR3	Muy baja	Baja	Media	Alta