



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

CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO

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

TEMA:

**DISEÑO DE UN PRODUCTO DE TURISMO COMUNITARIO
PARA FOMENTAR EL DESARROLLO LOCAL EN EL CANTÓN
BOLÍVAR PROVINCIA DE MANABÍ.**

AUTORES:

**GANCHOZO BASURTO MARÍA AUXILIADORA
RIVERA PALMA MARÍA GABRIELA**

TUTOR:

LCDO. YAMIL DOUMET.

CALCETA, AGOSTO DEL 2015.

DERECHOS DE AUTORÍA

María Auxiliadora Ganchozo Basurto y María Gabriela Rivera Palma, declaran bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

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

MARÍA A. GANCHOZO BASURTO.

MARÍA G. RIVERA PALMA.

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

YAMIL DOUMET certifica haber tutelado la tesis DISEÑO DE UN PRODUCTO DE TURISMO COMUNITARIO PARA FOMENTAR EL DESARROLLO LOCAL EN EL CANTÓN BOLÍVAR PROVINCIA DE MANABÍ, que ha sido desarrollada por María Auxiliadora Ganchozo Basurto y María Gabriela Rivera Palma, previa la obtención del título de Ingeniero en Turismo, de acuerdo al REGLAMENTO PARA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

LCDO. YAMIL DOUMET.

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaran que han APROBADO la tesis DISEÑO DE UN PRODUCTO DE TURISMO COMUNITARIO PARA FOMENTAR EL DESARROLLO LOCAL EN EL CANTÓN BOLÍVAR PROVINCIA DE MANABÍ, que ha sido propuesta, desarrollada y sustentada por MARÍA AUXILIADORA GANCHOZO BASURTO Y MARÍA GABRIELA RIBERA PALMA, previa la obtención del título de Ingeniero en Turismo de acuerdo al REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

Abg. Libertad Regalado Espinoza

MIEMBRO

Msc. Alfonso Alfonso Rodney

MIEMBRO

Ing. Nelson García Reinoso

PRESIDENTE

AGRADECIMIENTO

Agradezco inmensamente a Dios por brindarme la gracia de la vida, por regalarme días buenos y otros mejores, en los cuales he aprendido a caer y a levantarme con paciencia y entereza.

A toda mi familia que de alguna u otra forma siempre estuvieron ahí junto a mi cuando más lo necesite.

De manera particular le agradezco a mi compañero de vida, a aquella persona que compartió conmigo aquellos días de sufrimientos y alegrías y que más que todo me ha brindado su apoyo incondicional.

Un agradecimiento fraterno a todos ustedes familia, esposo y amigos.

Atentamente

María Auxiliadora Ganchozo Basurto.

CONTENIDO GENERAL

DERECHOS DE AUTORIA.....	ii
CERTIFICACION DEL TUTOR.....	iii
APROBACION DEL TRIBUNAL	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
CAPITULO I. ANTECEDENTES	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACION DEL PROBLEMA	1
1.2. JUSTIFICACION.....	2
1.2.1. TEORICA.....	2
1.2.2. PRACTICA	3
1.2.3. SOCIOECONOMICA.....	3
1.2.4. AMBIENTAL	4
1.2.5. LEGAL.....	5
1.3. OBJETIVOS.....	7
1.3.1. GENERAL	7
1.3.2. ESPECIFICO.....	7
1.4. IDEA A DEFENDER.....	8
CAPITULO II. MARCO TEORICO	9
2.1. INTRODUCCION.....	9
2.1. .DESARROLLO SOSTENIBLE, CONSCIENTE Y RESPONSABLE	10
2.1.1. COMUNIDAD Y DESARROLLO LOCAL.....	11
2.2. TURISMO RURAL Y SUS MODALIDES	13
2.2.1. TURISMO COMUNITARIO.....	15
2.3. MERCADO TURISTICO	17
2.3.1. OFERTA TURISTICA.....	17
2.3.2. OFERTA DE SERVICIOS TURISTICOS DEL ECUADOR	19
2.3.3. DEMANDA TURISTICA.....	20
2.3.4. COMERCIALIZACION TURISTICA	22
2.3.5. FEDERACION PLURINACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO DEL ECUADOR	23
2.3.6. PRODUCTO TURISTICO.....	24
2.3.7. PRODUCTO TURISTICO COMUNITARIO.....	26
CAPITULO III DESARROLLO METODOLOGICO	28
3.1. ANTECEDENTES DE LA METODOLOGIA	28
3.1.1. ANALISIS DE LA METODOLOGIA	30
3.2. METODOLOGIA PROPUESTA PARA EL DISEÑO DE UN PRODUCTO DE TURISMO COMUNITARIO.....	31

3.2.1. FASE I: DIAGNOSTICO SITUACIONAL	32
3.2.1.1. ANALISIS DEL ENTORNO	32
3.2.1.1.1. DIMENSION AMBIENTAL	32
3.2.1.1.2. DIMENSION SOCIAL	32
3.2.1.1.3. DIMENSION ECONOMICA.....	33
3.2.1.1.4. DIMENSION POLITICA.....	33
3.2.2. ANALISIS DE LA SITUACION TURISTICA	33
3.2.2.1. INVENTARIO TURISTICO.....	34
3.2.2.2. ANALISIS DAFO	34
3.3. SEGUNDA FASE ESTUDIO DE MERCADO	34
3.2.3.1. ANALISIS DE LA DEMANDA	34
3.2.3.2. PERFIL DEL VISITANTE	34
3.2.3.3. ANALISIS DE LA OFERTA	35
3.2.3.4. ANALISIS DE LOS COMPETIDORES.....	35
3.4. TERCERA FASE ESTRUCTURA, DISEÑO Y COMERCIALIZACION DE UN PRODUCTO.....	36
3.2.4.1. DISEÑO DE RUTA TURISTICA.....	37
3.2.4.2. COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO TURISTICO	37
CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSION	38
4.1. DIAGNOSTICO TURISTICO SITUACIONAL DEL CANTON BOLIVAR	38
4.2. MANIFESTACIONES CULTURALES	46
4.3. ANALISIS DE LA OFERTA TURISTICA	58
4.3.1. OFERTA TURISTICA COMPLEMENTARIA DEL CANTON BOLIVAR.....	58
4.4. ANALISIS DAFO DEL AREA DE ESTUDIO	61
4.4.1. INTRODUCCION.....	61
4.5. ESTUDIO DE MERCADO.....	63
4.6. ANALISIS DE LA DEMANDA	63
4.7. ANALISIS DE LAS ENCUESTA	79
4.8. ANALISIS DEL PERFIL DEL VISITANTE	79
4.9. MERCADO POTENCIAL	80
4.10. ESTRATEGIA DE MARKETING	80
4.11. ALIANZAS ESTRATEGICAS	80
4.12. ESTRATEGIAS DE PROMOCION	81
4.12.1. FERIAS TURISTICAS.	81
4.12.2. REDES SOCIALES	81
4.12.3. TELEVISION	81
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	101
5.1. CONCLUSIONES	101
5.2. RECOMENDACIONES	102
BIBLIOGRAFIA.....	103
ANEXOS.....	111

ANEXOS 1. ENCUESTA APLICADA AL CANTON BOLIVAR	111
ANEXOS 2. ENCUESTA APLICADA A LA PARROQUIA CANOA.....	114

CONTENIDO DE CUADROS Y TABLAS

CUADRO 2.1. HILO CONDUCTOR DEL MARCO TEORICO REFERENCIAL.....	9
CUADRO 3.1. ANALISIS DE LA METODOLOGIA PARA LA ELABORACION DE UN PRODUCTO TURISTICO	29
CUADRO 3.2. METODOLOGIA PROPUESTA PARA LA ELABORACION DE UN PRODUCTO TURISTICO COMUNITARIO.....	31
TABLA 1. AREA DE RESTAURACION CATASTRO DEL CANTO BOLIVAR (2013)	59
TABLA 2. AREA DE HOSPEDAJE CATASTRO DEL CANTON BOLIVAR (2013).....	60
TABLA 3. RECURSOS TURISTICOS CATASTRO DEL CANTON BOLIVAR (2013).....	61

CONTENIDO DE GRAFICOS

GRAFICO 04.01. GENERO DE LOS VISITANTES.....	65
GRAFICO 04.02. EDAD DE LOS VISITANTES.....	66
GRAFICO 04.03. ESTADO CIVIL	67
GRAFICO 04.04. NACIONALIDAD O PROCEDENCIA	68
GRAFICO 04.05. NIVEL DE INSTRUCCION.....	69
GRAFICO 04.06. MOTIVO DE LA VISITA	70
GRAFICO 04.07. FACTOR QUE INFLUYE EN LA VISITA	71
GRAFICO 04.08. PREFERENCIA DE LAS MODALIDADES TURISTICAS	72
GRAFICO 04.09. MEDIO DE INFORMACION UTILIZADO PARA CONOCER DEL SITIO	73
GRAFICO 04.10. LE GUSTARIA REALIZAR ACTIVIDADES COMUNITARIAS	74
GRAFICO 04.11. DE QUE SERVICIOS LE GUSTARIA DISPONER EN LA VISITA.....	75
GRAFICO 04.12. CUANTO ESTARIA DISPUESTO A GASTAR EN LAS ACTIVIDADES REALIZADAS.....	76
GRAFICO 04.13. EN QUE MESES DEL AÑO DISFRUTA DE ACTIVIDADES RECREATIVAS	75
GRAFICO 04.14. COMO CALIFICA EL SERVICIO BRINDADO	78
GRAFICO 04.15. MARCA TURISTICA DE LA RUTA “BOLIVAR TESORO ESCONDIDO”	97
GRAFICO 04.16. CROQUIS DE LA RUTA TURISTICA “BOLIVAR TESORO ESCONDIDO”	97

RESUMEN

El diseño del producto de turismo comunitario tuvo su realización en las comunidades de Cabello, San Miguel de Sarampión, Chapulí, La Esperanza, Primera Piedra, Julián, localidades del cantón Bolívar. Para el desarrollo de la investigación fueron estructurados las fases, etapas y métodos aplicados en el desarrollo de la investigación teniendo como referencia metodológica diferentes autores en los cuales ha sido sustentado el proyecto. Se elaboró un diagnóstico turístico situacional del cantón Bolívar, tales resultados permitieron identificar los atractivos existentes, lo que sirvió para tomar en consideración los recursos incluidos en la investigación. Se procedió a identificar mediante encuestas el mercado turístico, el perfil del visitante, la oferta y la demanda potencial, y las estrategias de promoción que se utilizaran para la viabilidad y captación del producto. En conclusión mediante el resultado las encuestas se determinó que es fundamental el diseño de un producto con la correcta gestión e implementación del Producto turístico comunitario se destaca el aprovechamiento eficiente de todas las potencialidades turísticas mencionando que tiene aceptación y que es de interés para el desarrollo del turismo en el Cantón Bolívar ya que existen certificaciones que lo avalan.

Palabra claves: Comunidades - Producto Turístico – Ruta Turística - Desarrollo local.

ABSTRACT

The tourism community product was held in communities such as Cabello, San Miguel de Sarampion, Chapuli, La Esperanza, Primera Piedra, Julian, located in Bolivar Canton: Several researcher methodologies contributed to the development of this Community product, such as deductive, inductive, surveys and some scientific methods. After analyzing the current tourism situation in which are the towns metioned above, it was possible to identify the attractions and resources in the area, which allowed to take into account the resources that will be included in the research proposal. Through the application of surveys it was easy to identify, the tourism market, visitor profile, supply, demand potential, and promotion strategies that will be used for feasibility and uptake of the product. The tourism community product is looking to promote the tourism development in communities Cabello, Sarampión, Chapuli, Primera Piedra, Julian, and Esperanza, these six villages are the main beneficiaries, increasing the interest in the Bolivar canton. According to the results provided in this investigation it was concluded that the canton community Bolivar has a high potential for tourism in rural areas specifically in the afore mentioned communities, which emphasizes their natural and cultural resources, and working together with institutions of Bolivar canton, will consolidate and promote the development of the area, benefiting both directly, communities and Bolivar canton.

Keywords: communities - Tourism Product - Tourist Route.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Ecuador es considerado como uno de los destinos turísticos más interesantes de Latinoamérica, debido a que concentra en una superficie muy reducida gran diversidad cultural, ecosistemas únicos, la presencia de una variedad de paisajes vivos en las diferentes regiones naturales.

Según el INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR (ICEX 2007), “el turismo en Ecuador es un sector en constante crecimiento, desde la dolarización, existe una mayor demanda de servicios turísticos por parte de los ecuatorianos.

En el cantón Bolívar, el área del proyecto investigativo comprende las comunidades: La Esperanza, Chapulí, Julián, Cabello, San Miguel de Sarampión, Primera piedra. Cabe mencionar que todos estos sitios poseen una singularidad innata en cuanto a potencialidades turísticas; con una inexistencia de infraestructura dentro de los sitios turísticos, esta carencia se complementa con una accesibilidad escasa para dirigirse a los diversos lugares turísticos que posee este cantón y así de esa manera poder conocer cada lugar del cantón para poder iniciar varias alternativas turísticas, diversificando y potencializando la economía local, evitando el éxodo rural para de esta manera preservar, rescatar y proyectar los recursos naturales y las manifestaciones culturales existentes en el área de estudio, se estima que con esta proyección se mejorará la calidad de vida de la población Bolivareense, con la existencia y generación de fuentes de empleo, disponibles en el área turística y por ende en otras ramas de fluctuación de empleos disponibles para cada emprendedor del cantón.

Por estas razones se plantea el siguiente interrogante:

¿El diseño de un producto turístico comunitario fomentaría el desarrollo local en el cantón Bolívar?

1.2 JUSTIFICACIÓN

Según el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020”, el potencial turístico en el país se basa en su alta diversidad en términos de cultura, paisajes, sitios históricos y riqueza natural. De acuerdo a un estudio sobre competitividad de Ecuador, la fortaleza del país en el mercado turístico internacional radica en su acervo natural y en los valores culturales de sus habitantes.

De acuerdo al PLANDETUR 2020, El Ecuador tiene una posición privilegiada para desarrollar el turismo sostenible gracias a su mega biodiversidad. Esta mega biodiversidad es el resultado de la interdependencia de una amplia gama de factores que responden fundamentalmente a la ubicación geográfica de país.

Por consiguiente la justificación del trabajo investigativo se sostiene en la necesidad de crear o diseñar nuevos productos turísticos, con los cuales se estimule a coadyuvar al desarrollo socio económico del cantón Bolívar, y por ende a la mejora de la calidad de vida de su población; específicamente de los prestadores de servicios turísticos en el área rural de las comunidades de San Miguel de Sarampión (Finca Sarita), Cabello (Quinta Colina del Sol y Alfareros de Barro), Comunidad la Esperanza, Cascadas de Chapulí y Julián, Primera piedra, lugares con un alto potencial turístico dentro del área de estudio.

Por las razones antes mencionadas esta investigación enfatiza en fomentar el desarrollo del turismo rural, donde se realizaran actividades recreativas, culturales, étnicas, gastronómicas, se plantea la creación de un producto turístico que fomente el desarrollo y la diversificación de la economía local. La presente propuesta desarrolla un producto de turismo comunitario para el cantón Bolívar definiendo estrategias de consolidación entre las comunidades para fomentar y mejorar los ingresos económicos locales.

1.2.1 ASPECTO TEÓRICO

Para la investigación planteada se ha recopilado una serie investigaciones de un orden similar, convirtiéndose en soporte de referencia bibliográfica útil para

la realización y aplicación de análisis empleados en la propuesta, por otro lado también fomentará directrices para desarrollar productos turísticos diversificados. El estudio debe contribuir de manera productiva a todas las instituciones interesadas ya que establece lineamientos teóricos y metodológicos para el fortalecimiento de las actividades turísticas comunitarias en el cantón Bolívar.

1.2.2 ASPECTO PRÁCTICO

El proyecto contribuirá de forma concreta y práctica a los ciudadanos que se orienten a desarrollar actividades turísticas comunitarias ya que es una línea base que tiene el aval de una investigación. Además la oferta de turismo comunitario identificará los recursos que tienen potencial para poder darlos a conocer a futuros turistas orientados al área comunitaria. La presente investigación también aportará a manera de guía para aquellos investigadores que deseen o busquen ampliar los presentes temas manifestados en este trabajo; así también estará disponible en aquellas instituciones que colaboren a fomentar la investigación del Cantón Bolívar.

1.2.3 ASPECTO SOCIOECONÓMICO

Según el Plan Estratégico De Desarrollo De Turismo Sostenible para Ecuador (PLANDETUR 2020), las implicaciones de la actividad turística con las comunidades de los Pueblos y Nacionalidades del Ecuador son amplias y alcanzan la vida comunitaria de modo completo, estas se integran en la economía local y en las actividades propias del medio, para fomentar el ingreso, además puede servir para frenar la despoblación y dinamizar los espacios rurales, en tanto que las comunidades se beneficien y se involucren en la prestación de servicios.

De acuerdo con Pacheco V. Carrera P & Almeida K.(2011), la actividad turística comunitaria es socialmente estratégica, experiencias han demostrado que brinda la oportunidad de generar ingresos y crear empleos fomentando una actividad adicional a las actividades económicas tradicionales, a la vez que representa un apoyo para frenar la migración rural, mejorar la calidad de vida,

preservar la arquitectura de los pueblos tradicionales, la cultura, el desarrollo sostenible y la participación activa de los grupos sociales, características inseparables del turismo comunitario. Esta actividad tiene un enfoque diferente porque no solo busca utilidades económicas, sino también el bienestar de los involucrados que muchas veces sustituye el papel del Estado al proveer a la comunidad de servicios básicos como la salud, la educación que son escasos en el sector rural del Ecuador

Se espera aprovechar al máximo todas y cada una de las potencialidades turísticas que posee el Cantón Bolívar, optimizando el área rural y todas sus modalidades; teniendo como base el turismo comunitario para planificar el turismo de una manera sostenible siendo conscientes con el ambiente.

El presente proyecto trata de enfocar, y potencializar los recursos naturales y culturales del Cantón, demostrar la oportunidad para diversificar productos que fortalezcan las economías de las comunidades locales.

1.2.4 ASPECTO AMBIENTAL

De acuerdo con el Programa Sectorial de turismo, PROSECTUR (2013), La sustentabilidad en el turismo es uno de los principales retos para la gestión del sector, cuya tendencia a la masificación conduce a repensar no solo en los patrones de desarrollo de los destinos, si no en los patrones de consumo que exigen destinos más limpios, más seguros y responsables con el medio ambiente. La sustentabilidad entendida como verdadero equilibrio entre los recursos del medio ambiente.

La sustentabilidad ambiental en el turismo, al tratarse de una actividad terciaria, de provisión de servicios, requiere aplicar criterios de sustentabilidad que las empresas del sector puedan implementar con responsabilidad social.

Según la Rainforest Alianza, Buenas prácticas para turismo sostenible, menciona que la empresa turística es un actor de lo que llamamos “comunidad local”, por lo cual cuando contribuye al desarrollo de su entorno, está contribuyendo a su propio desarrollo.

Cuál es la importancia de implementar buenas prácticas de manejo en la diversidad: el turismo ha experimentado un crecimiento muy rápido en las últimas tres décadas. Muchos turistas desean observar las formas de vida de

otras regiones. Esta actividad mal manejada puede ser una amenaza para el bienestar de los ecosistemas. El turismo con el manejo adecuado, puede contribuir con la conservación de la naturaleza, ya que es un incentivo económico para que los habitantes de una comunidad protejan su diversidad.

El Plan Nacional del Buen Vivir hace su aporte haciendo mención de su objetivo cuatro, disponiendo “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable”.

También hace énfasis en su número de política 4.4, “Prevenir, controlar, y mitigar la contaminación ambiental como aporte para el mejoramiento de la calidad de vida”

1.2.5 ASPECTO LEGAL

La investigación propone los siguientes marcos legales, tomados como referencia de la Ley Orgánica de Turismo, el PLANDETUR 2020, PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR, marcos legales que se detallan en forma ordenada de la siguiente manera:

En la Ley de Turismo Art. 4 del literal (a) se encuentra:

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.

En el Plan Nacional del Buen Vivir Política 1.3, literal (b) se encuentra:

Política 1.3.- Promover la inclusión social y económica con enfoque de género, intercultural e intergeneracional para generar condiciones de equidad.

- b) Ampliar la cobertura de servicios públicos y programas de inclusión social y económica, que permitan la satisfacción de las necesidades

básicas y aseguren la generación de una renta suficiente, con énfasis en pueblos y nacionalidades, poblaciones rurales, urbano marginales y en la franja fronteriza.

En el PLANDETUR 2020 se encuentra el siguiente objetivo con referencia al turismo comunitario:

Promover y fortalecer las iniciativas de turismo comunitario para mejorar la calidad de vida de las comunidades de las nacionalidades y pueblos de Ecuador, desde una perspectiva integral sustentable y sostenible con identidad.

Según la Federación plurinacional de turismo comunitario del Ecuador, FEPTCE (2013), nos muestra el **Ámbito Técnico** y cuatro ejes direccionados al Turismo Comunitario:

ÁMBITO TÉCNICO

FEPTCE (2013), han desarrollado experticia en las siguientes áreas:

- Orientación y motivación a las comunidades que están interesadas en desarrollar propuestas de turismo comunitario autogestionarias.
- Procesos de capacitación en todas las áreas de manejo turístico (organización, comercialización, técnica, legal, etc.).
- Elaboración, manejo e implementación de proyectos de desarrollo en turismo, en manejo ambiental, en revitalización cultural, en procesos organizativos, aspectos legales, etc.
- Asesoramiento y asistencia técnica a nivel nacional e internacional de los ejes del turismo comunitario, formas de organización y gestión.
- Asesoría y apoyo técnico en diseños y construcciones alternativas
- Asesoría, capacitación y apoyo técnico en diversas áreas productivas, artesanías, manejo de las chacras, planes de manejo.

FORTALECIMIENTO ORGANIZATIVO

FEPTCE (2013), es decir fomentar una estructura organizativa fuerte, tomando decisiones en base a las opiniones de la comunidad.

REVITALIZACIÓN CULTURAL

FEPTCE (2013), hace mención a consolidar y valorizar todos los principios ancestrales, y relaciones de convivencia de las comunidades.

GESTIÓN DEL TERRITORIO

FEPTCE (2013), dentro de este eje se trata de restaurar los lugares sagrados, delimitar los territorios de comunidades, pueblos y nacionalidades, y garantizar su soberanía.

ECONOMÍA SOLIDARIA

FEPTCE (2013), este eje hace mención en fortalecer la economía de las comunidades en base al trabajo colectivo y la distribución de los beneficios de forma equitativa, dinamizando la economía local.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

- Diseñar un producto de turismo comunitario que fomente el desarrollo en el Cantón Bolívar Provincia de Manabí.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Sistematizar el marco teórico en base a procedimientos para la elaboración de productos turísticos.

- Desarrollar un análisis de mercado teniendo como énfasis el estudio de la demanda, oferta y los posibles competidores.
- Elaborar el producto turístico direccionado al turismo comunitario; potencializando los recursos turísticos, para así diversificar la economía local del cantón Bolívar.

1.4.- IDEA A DEFENDER

Al diseñar un producto de turismo comunitario se permitirá motivar de forma proactiva al desarrollo del cantón Bolívar, aprovechando las potencialidades de los recursos naturales y culturales. El objetivo principal de este proyecto es; trabajar de manera responsable e integradora con el ambiente, la comunidad y entidades gestoras.

Se estima que los beneficios que el diseño del producto de turismo comunitario traería consigo; sería la promoción de los atractivos turísticos con los que cuenta el Cantón, además se podrían armar alianzas entre los habitantes de las comunidades participantes, para que todos trabajen conjuntamente para su propio beneficio.

HIPÓTESIS

El diseño de un producto de turismo comunitario permitirá promover y diversificar la oferta turística de las comunidades del cantón Bolívar.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En esta sección se exhiben los principales elementos del marco teórico-referencial, definiciones relacionadas con el diseño de un producto de turismo comunitario. Cada concepto está planteado por los autores que hacen referencia a la necesidad del diseño de un producto turístico para la utilización de las áreas donde sean aplicadas. El capítulo muestra los resultados del análisis bibliográfico, para optimizar la comprensión de la investigación. Lo antes expresado se sintetiza en la figura 2.1

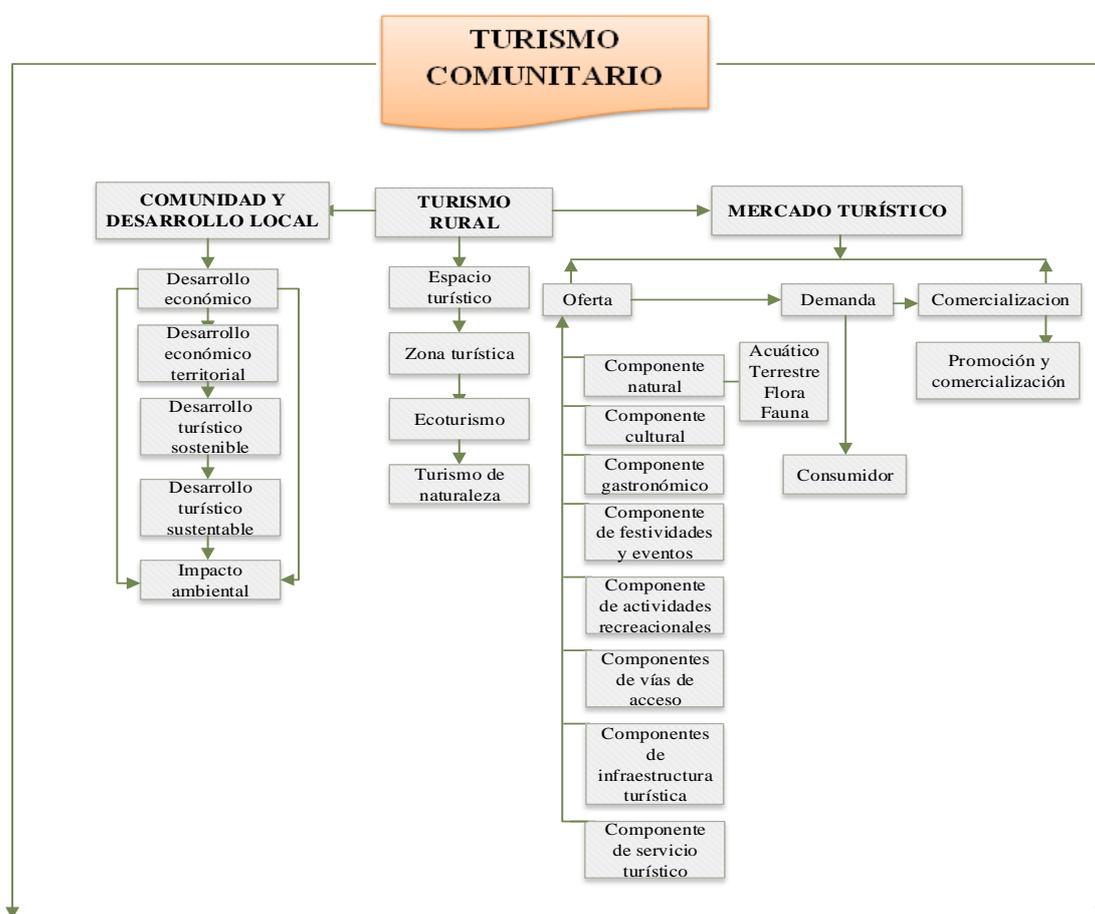


Figura 2.1: hilo conductor del marco teórico-referencial

Fuente: elaborado por las autoras.

2.1. DESARROLLO SOSTENIBLE CONSCIENTE Y RESPONSABLE.

Casanova (2004), manifiesta que la Organización Mundial de Turismo se propuso en su día establecer una definición válida del concepto de turismo sostenible: "El turismo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida".

La definición de la Carta Europea de Turismo Sostenible en espacios naturales protegidos de la Federación EUROPARC define el turismo sostenible como "cualquier forma de desarrollo, equipamiento o actividad turística que respete y preserve a largo plazo los recursos naturales, culturales y sociales y que contribuya de manera positiva y equitativa al desarrollo económico y a la plenitud de los individuos que viven, trabajan o realizan una estancia en los espacios protegidos". Gobierno del Estado de Morelos (2010).

La definición más utilizada normalmente para el desarrollo sostenible sigue siendo la del informe de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo (1987), es decir, el desarrollo sostenible es "un proceso que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades".

La Organización Mundial de Turismo, O.M.T menciona que "El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas". Valdivia, L. (2014).

Según el Plan estratégico de desarrollo de turismo para Ecuador, PLANDETUR, (2020), el cual indica que es aquel desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades.

Esto lo complementa la Organización Mundial de Turismo, OMT, (2012), define el turismo sostenible como el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. Por lo tanto, el turismo sostenible debería hacer un uso óptimo de los recursos ambientales, respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades receptoras y proporcionar beneficios socioeconómicos viables y duraderos para todos. Mientras que Valls, (2008), lo define como un espacio geográfico determinado, con rasgos propios y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayente a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a la satisfacción.

El desarrollo sostenible y consiente es la manera de poder satisfacer todas y cada una de las necesidades planteadas por aquellos visitantes o turistas; que sean parte del entorno o muchas veces de ciertas comunidades anfitrionas. Por tal razón esta sostenibilidad debe respetar la autenticidad de los recursos existentes, conservando su patrimonio, cultura y raciocinio.

Por otra parte el desarrollo sostenible hace referencia de trabajar conjuntamente con la plaza turística, protegiendo toda su biodiversidad, dinamizando su economía y dándole importancia a todo lo relacionado con el medio ambiente y el aspecto ecológico, conservando de tal manera el entorno que lo rodea, para que este aspecto genere mayor rentabilidad relacionado con una alta conciencia asociado a la responsabilidad ambiental.

2.1.1. COMUNIDAD Y DESARROLLO LOCAL

Oliveira, G, (2007), menciona que la comunidad está conformada por grupos de individuos que residen en forma permanente en los polos o centros turísticos. También se la conoce con el nombre de receptora. Básicamente la comunidad local está compuesta por dos grandes segmentos: los grupos que están directamente relacionados con el turismo (meseros, guías de turistas, empleados de aerolíneas, de agencias de viajes, de hoteles) y los grupos relacionados indirectamente con el turismo (pescadores, campesinos,

agricultores, obreros y policías). Mientras que Flores, C, (2008), menciona que “los procesos de desarrollo turístico, al igual que otras actividades productivas como la agricultura, la ganadería, la pesca o la transformación agroalimentaria, han de hundir sus raíces en la propia sociedad local si es que se concibe al turismo como una actividad socialmente integrada y culturalmente beneficiosa. El turismo no ha de suponer la implantación de nuevas relaciones sociales, nuevos valores culturales o nuevas costumbres ajenas a la comunidad”. Sostiene en este sentido “la necesidad de participación en este proceso de todos los agentes interesados (Representantes políticos, gestores, empresarios, asociaciones vecinales, grupos ambientalistas, etc.) a la hora de plantear el desarrollo de la actividad. Esto se debe a varias razones:

- ✓ El consenso como método: nadie aceptaría imposiciones basadas en el mero saber o por disposición legal
- ✓ Las estrategias de desarrollo deben involucrar a la población local: nuevas inversiones, empleo, capacitación, concientización.
- ✓ La no participación y consenso de políticas turísticas puede devenir en malestar de la comunidad desde varios aspectos (económico, impacto social, ambiental, etc.)”.

El desarrollo local a la vez de ser comprendido desde una perspectiva económica, también se la ve desde lo social, cultural y político. En este sentido, el término “local” no es algo pequeño, localista; si no es la condición común de una población que comparte una historia de asentamiento, una vida cotidiana cara a cara con distintos matices más o menos desiguales, problemáticos, con sentido solidario de reciprocidad en un espacio territorial que está conectado con otras localidades, regiones hasta llegar a lo nacional. El desarrollo local y el turismo son a la vez estrategias de desarrollo que están en función del potencial territorial y de la riqueza natural, cultural y social que representa una estrategia diferente para el desarrollo. Bajo este paraguas situamos al turismo como una estrategia local que permita proyectar el desarrollo desde una óptica de preservación del medio ambiente y riqueza cultural social como estrategia de vida comunitaria.

Desarrollo local sería todo proceso en el que participen actores en la discusión de un territorio determinado. Se desafía al desarrollo local como construcción

social. Los impactos esperados por la actividad turística, son la activación de la economía local, el aumento de la capacidad adquisitiva a través del empleo, el aumento de la productividad y la calidad del empleo; en sentido más amplio, mejorar las condiciones de vida local. Esto lo complementa Conty, A & Cravero, S, (2010), que parte del supuesto de que el territorio no está lo suficientemente ordenado para generar un nuevo modelo, se promueve una estrategia de construcción de una visión estratégica del territorio, que termine pretendiendo promover procesos de desarrollo local mucho más que procesos de ordenamiento territorial en sentido estricto.

La comunidad es aquella participación social entre individuos de diversas nacionalidades, condiciones económicas, entre otros aspectos, que deciden vivir en ciertos lugares de distintas geografías.

La existencia de la comunidad enfatiza en un alto porcentaje el desarrollo local; y el desarrollo local no es otra cosa que elevar el potencial natural, cultural y social que presentan las diferentes y variadas comunidades existentes, este desarrollo local es la conjugación de las comunidades y la mejor manera para aprovechar sus recursos y potencialidades; desde el punto sustentable y sostenible, mejorando y obteniendo su desarrollo, mejorando su calidad de vida con las oportunidades brindadas con la utilización del sector turístico.

2. 2 TURISMO RURAL Y SUS MODALIDADES

González, A (2012), indica que el turismo rural es un proceso turístico que “aprovecha las particularidades y potenciales propios del ambiente rural con el fin de satisfacer las motivaciones del que viaja y el afán de desarrollo local de las comunidades rurales, manteniendo niveles aceptables de impacto sobre los recursos y la rentabilidad de la empresa que comercializa el producto”. Como medio rural se asume que es un sistema organizado que incluye subsistemas en el medio natural, constituido por actividades productivas (agrícolas, pecuarias) y de recreo ocio; y el psicosocial, caracterizado por la organización social del territorio (campesinos, individuales, colectividades). Mientras que Serrano, S (2008), definió al turismo rural y el agroturismo han tenido un importante crecimiento durante los últimos diez o quince años, ya que es una

buena alternativa para generar empleo e ingresos en las zonas rurales. Es una actividad que valora los recursos que hasta ahora se han hecho parte del esfuerzo de desarrollo rural y de eliminación de la pobreza en estas áreas; que ayuda a profundizar los lazos entre los habitantes del mundo urbano y el rural; que puede combinarse con las actividades agrícolas más tradicionales; que incentiva la conservación del medio ambiente; que generalmente tiene significativos efectos multiplicadores en las economías locales por demandar servicios complementarios. Esto lo complementa SECTUR, (2004), este segmento es el lado más humano del Turismo Alternativo, ya que ofrece al turista la gran oportunidad de experimentar el encuentro con las diferentes formas de vivir de las comunidades que cohabitan en un ambiente rural y además lo sensibiliza sobre el respeto y valor de su identidad cultural. MINCETUR, (2003), define que el turismo rural como toda actividad turística o de recreación, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan alejarse de la rutina y el bullicio de las mismas, a través de unas vacaciones en el campo, en contacto con los habitantes de la localidad y la naturaleza. Señala OMT, (2002), el turismo rural se utiliza cuando la cultura rural es un componente clave del producto ofrecido. El rasgo distintivo de los productos de turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local. El turismo de aventura, los viajes educativos, el turismo orientado al deporte y la salud, y el turismo cultural son algunos ejemplos de actividades que se consideran parte del turismo rural. El turismo Rural es aquella modalidad que mantiene una estrecha relación con el medio y su entorno, además satisface aquellas motivaciones por las cuales los turistas han viajado a estas áreas rurales. Se define el turismo rural también como aquella optimización de los recursos que posee en pos de mantenerlos y conservarlos; además aprovecha todas las potencialidades del área rural fomentando su desarrollo asociado con todas sus modalidades, siendo su objetivo más relevante el de brindar un contacto personalizado de

interrelacionar con todas las actividades, tradiciones, y de más características que posea cierto lugar.

2.2.1. TURISMO COMUNITARIO

El Plan estratégico de desarrollo de turismo para Ecuador, PLANDETUR, (2020), define que es la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural en el contexto de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados. Esto lo complementa Mojeron, K (2012), mencionan que en la actualidad el Turismo Comunitario tanto a nivel nacional como internacional se ha convertido en un concepto totalmente innovador y diferente para hacer turismo. Las comunidades rurales han incursionado dentro de esta actividad compartiendo sus hogares con los turistas permitiéndoles que conozcan acerca de sus costumbres, tradiciones y sus actividades diarias. La Federación de Turismo Comunitario del Ecuador FEPTCE, (2013), hace mención a que “el Turismo Comunitario es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados”. Rivera, M, & García, R, (2012), señala que es aquel producto específico cuya principal motivación es el encuentro intercultural de calidad y mutuo interés con la población local y en el que la producción está sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados, para el bienestar de sus miembros. El Turismo Comunitario se convierte en una modalidad turística cuando la motivación básica de la demanda que consume el producto es el encuentro

intercultural de calidad con comunidades indígenas desde un enfoque integrado. Además el turismo comunitario exige requisitos específicos en cuanto a la propiedad y gestión de recursos patrimoniales y a la distribución de beneficios generados. Mientras que AVEN, (2011), menciona que es la que comprende toda actividad turística, recreativa y complementaria, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible con la participación protagónica de las comunidades organizadas en Consejos Comunales Campesinos. Se plantea para nuestro país como actividad caracterizada por ser de tipo vivencial e integral ya que promoverá la incorporación de las comunidades en el manejo responsable de sus recursos naturales, culturales y humanos, además de una interrelación más estrecha con las comunidades, contribuyendo en la conservación de los recursos naturales y culturales del área en que se efectúa la actividad turística. La Federación de turismo comunitario del Ecuador, FEPTCE, (2013), indica que el “Turismo Comunitario es toda actividad turística solidaria que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado del patrimonio natural y valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales”.

Se plantea que el turismo comunitario es aquella modalidad turística asociada directamente con la comunidad, manteniendo una estrecha relación con la misma, además se relaciona con el aspecto sostenible y sustentable, ya que en la actualidad se direcciona a la protección del medio ambiente.

El turismo comunitario además es aquel servicio brindado por un conjunto de personas, o de una comunidad específica; además se relaciona con otras modalidades recreativas, como ecoturismo, agroturismo, turismo de aventura, turismo de deportes, entre otras modalidades que se asocian con el aspecto comunitario.

Como objetivo principal del turismo comunitario es el de fomentar el desarrollo directo de las comunidades asociados con un conocimiento educativo en sostenibilidad; además busca conseguir una estrecha relación entre medio o entorno, relación entre individuo y cultura.

2.3. MERCADO TURÍSTICO

El MINCETUR, (2003), indica que el mercado turístico es el lugar donde confluyen, por un lado, la oferta de productos y servicios turísticos y, por el otro, la demanda de los mismos productos y servicios turísticos.

El mercado turístico se encuentra conformado por:

- La oferta turística.
- La demanda turística.
- Los operadores turísticos.

Mientras que el SECTUR, (2005), Menciona que el mercado turístico tiene como objetivo determinar la magnitud, características y comportamiento de la demanda de un producto existente, o en su defecto aportar los elementos que permitan estimar el potencial de mercado para un nuevo producto en una región determinada. DTS, (2007), fundamenta que el mercado turístico comprende que las personas poseen necesidades de carácter ilimitadas y que el objetivo final de la oferta es satisfacer esas necesidades con recursos limitados, se desprende que los mercados son bastantes heterogéneos. La estrategia de segmentación del mercado reconoce que pocas áreas de destinos de vacaciones son aceptables y deseadas a nivel mundial. Por lo tanto, en vez de derrochar los recursos de planificación y promoción intentando complacer a todas las personas, se deben dirigir los esfuerzos específicamente a las necesidades y deseos de los potenciales turistas. El mercado objetivo es aquel segmento de un mercado total en el cual la atracción turística tendrá más probabilidades de ser vendida. Los mercados meta se definen en términos geográficos, demográficos (edad, estado civil, tamaño de la familia) socioeconómicos (ingresos, educación, ocupación) y psicográficas.

2.3.1. OFERTA TURÍSTICA

González, (2012), menciona que la oferta turística, es el resultado de la interacción entre la industria turística, los atractivos del territorio y los servicios auxiliares o incidentales, los cuales se encuentran ubicados en un espacio geográfico específico. Según Mojeron, k, (2012), La oferta turística son todos

los recursos o elementos con los que cuenta un destino, conformando así un producto turístico, la oferta por lo general es desarrollada por el sector privado con el apoyo del sector público, identificando los principales atractivos, recursos, infraestructura necesaria, promoción, etc. para poner en marcha la comercialización del mercado de dicho producto. Conde, E. (2011), fundamenta que la oferta turística es fundamental para un destino ya que es lo que un turista siempre busca al elegir un destino, qué es lo que hay para hacer, en dónde puede pasar la noche, cuáles son las opciones para comer que el lugar ofrece, cómo llegará al lugar, las precauciones que debe tomar, etc. Por lo mencionado anteriormente, es necesario definir el concepto de oferta turística que, según es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores del sector están dispuestos a ofrecer a determinados precios, y se enfoca más al área turística y la define como el “conjunto de facilidades que y servicios utilizados por los turistas, para desplazarse, permanecer y realizar en el destino todo lo anhelado también se define como la oferta turística como el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo.

Por tal motivo es necesario identificar los tipos de oferta existentes:

- La oferta turística básica: Compuesta por aquellos bienes y servicios que tienen carácter exclusivamente turístico. Ejemplos de ella son el alojamiento, agencias de viajes o cruceros.
- La oferta turística complementaria: Compuesta por aquellos bienes que no son exclusivos del turismo, pero que aun así son demandados por los turistas y complementan el producto turístico final. Los deportes, el comercio o carreteras son ejemplos de este tipo de oferta.

Serrano, S. (2008), complementa que la oferta turística se refiere a los atractivos y a la cantidad y calidad de servicios específicamente para ser consumidos por el visitante durante su estancia, a un precio determinado. Romo, V, (2005), sintetiza que la oferta turística está integrada por todos los bienes, recursos naturales y servicios que se hallan disponibles en el mercado turístico (permiten al turista satisfacer el conjunto de motivaciones que incentivan el desplazamiento) y que se han difundido como oferta. Una Oferta Turística es, pues, un producto turístico promocionado a través de las redes de

venta y/o de comunicación turística. Define SECTUR, (2004), que la oferta turística es importante considerar que una persona puede reunir más que un sólo estilo de pasar su tiempo libre. Por tanto surgen necesidades distintas en una sola persona que reclaman experiencias turísticas diversificadas. MINCETUR, (2003), menciona que la oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado. La oferta está desarrollada principalmente por el sector privado con el apoyo del sector público específicamente en la identificación de los recursos, la evaluación de los mismos, el desarrollo de la infraestructura necesaria, la promoción en los mercados de interés, la normatividad y la capacitación.

Definimos a la oferta turística como un conjunto de bienes y servicios destinados a satisfacer las necesidades de los turistas, con cada uno de sus requerimientos. Esta satisfacción está basada con todos los complementos de la planta turística (accesibilidad, infraestructura, hospedaje, restauración, transporte) estas como básicas.

Según los autores la Oferta turística es saber aprovechar los recursos turísticos ya sean naturales o culturales y darlos a conocer de la mejor manera, es saber vender los productos con los cuales se cuenta y saberlos optimizar y sacar el mayor provecho de todos ellos de una manera responsable y consciente.

2.3.2. OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL ECUADOR

La Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones (2012), el Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador (PIMTE), presenta los siguientes servicios turísticos que se ofertan en el país por mundo, en el mundo Andes se ofrece los siguientes servicios: El número de establecimientos turísticos de alojamiento en este mundo es de 1,387 de un universo total de 3,213 establecimientos de este tipo registrados en el 2007 en el MINTUR, lo que corresponde al 43.17% del total. El número de plazas (camas) de hospedaje es

de 62,508 plazas, de un universo total de 147,025 registradas en el 2007 en el Ministerio, lo que corresponde al 42.52% del total de camas en el Ecuador. El número de establecimientos de alojamiento por categorías en este mundo son: Lujo 14, de 1era categoría 261, 2da categoría 393, tercera categoría 637, cuarta categoría 82, obteniendo un total de 1387 hoteles en este mundo, representando un 43,2% del total de los establecimientos del país y representando un 18% de la oferta de alojamiento de Lujo del Ecuador. El número de establecimientos de comida y bebidas es de 3,709 de un universo total de 8,898 registrados en el 2007 en el MINTUR, lo que corresponde al 41.68% del total de este tipo de establecimientos en el Ecuador. El número de sillas (capacidad) en los establecimientos de comida y bebidas es de 187,906 sillas, de un universo total de 380,687 en el 2007 registrados en el Ministerio de Turismo, lo que corresponde al 49.36% de la capacidad de número de sillas de establecimientos de comida y bebida en el Ecuador. El número de Agencias de Viajes en el mundo Andes es de 780 agencias, de un universo total de 1,264 agencias de viajes en el 2007 registradas en el MINTUR, lo que corresponde al 61.71% del total de agencias en el Ecuador. Con una composición de 44 agencias mayoristas, 245 agencias internacionales, 308 agencias operadoras de receptivo. El número de compañías de transporte turístico terrestre en este mundo es de 170, de un universo total de 230 compañías de este tipo de servicio registradas en el Ministerio lo que corresponde al 74% del total de compañías de transporte turístico terrestre en el Ecuador, con una capacidad para 11,244 pasajeros (asientos). No existen embarcaciones para transporte fluvial y marítimo en el mundo Andes registradas en el MINTUR.

2.3.3. DEMANDA TURÍSTICA

Martínez, E, Raya, J (2009), fundamenta que el análisis de la demanda turística desde la vertiente económica, pueden distinguirse tres grandes tipos de modelizaciones, según cuál sea la dimensión o vertiente de la demanda turística a analizar. La primera de ellas tiene por objetivo estudiar los determinantes y/o la evolución y predicción de la demanda, medida ésta en términos cuantitativos (número de viajes o viajeros, duración de la estancia o el

gasto turístico). Una segunda línea de investigación y de modelización se ha desarrollado en torno al análisis de la demanda espacial (elección de destino), mientras que otra tercera se ha centrado en el estudio de los determinantes de la demanda de actividades en destino. La primera de ellas adopta mayoritariamente una modelización neoclásica de elección del consumidor, según la cual la demanda de turismo no difiere en su especificación de la demanda para el resto de sectores.

En la formulación más estilizada del modelo, la demanda turística es el resultado de un proceso estándar de maximización por parte del turista/consumidor, de una función de utilidad (cuyos argumentos son el consumo de turismo y el resto de bienes) condicionada por una restricción presupuestaria (dada por los precios de los bienes turísticos y no turísticos y la renta del consumidor) y una restricción temporal, que determina las posibilidades de asignación del tiempo disponible por parte del turista. La demanda turística de los residentes permite la existencia de todos los tipos de flujos que parten de la ciudad. La demanda de los turistas domésticos posibilita flujos con destinos a la ciudad, dentro de la propia ciudad, y aquellos que utilizan la ciudad como punto de apoyo para acceder al exterior o a localidades vecinas. Finalmente, la demanda de los turistas internacionales, pueden visitar la ciudad como destino final y utilizarla como base para visitar localidades próximas o localidades o como puerta de entrada al país.

La demanda se conceptualiza como el total de consumidores de un bien o servicio determinado, dentro del turismo debes de entender entonces que demanda turística es, el total de turistas que nos visitan y que podemos atender en un destino turístico, de acuerdo a la oferta real existente, y la demanda se clasifica en turismo nacional y turismo internacional.

Desde nuestro punto de vista la demanda turística no es nada más que la recolección de datos específicamente de un total d visitantes que llegan a un determinado destino turístico. La característica principal de la demanda está determinada en tres pilares o situaciones primordiales; estas son: la elección del destino, la duración del recorrido, y la cantidad de viajeros y viajes que realiza.

Además de esto la demanda turística desde otro punto de vista y de una manera más simplificada es la razón del porque el turista decide realizar viajes; desde varios contextos o la motivación del mismo. Dentro de nuestro análisis recalcaremos que la demanda es el componente del mercado turístico más resaltante; ya que en base a este componente se crean diversidad de ofertas o productos turísticos tomando como punto referencial la demanda desde varios contextos situacionales.

2.3.4. COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA

Gutiérrez, I, &Gutiérrez, O, (2011), fundamenta que la comercialización se concibe como un proceso empresarial, mediante el cual las principales entradas (necesidades y expectativas de los clientes) se transforman en intercambios (salidas), en el que destaca su enfoque estratégico. Este se combina con el enfoque situacional, pero la perspectiva estratégica asume un carácter primario. Por su parte, todo proceso de comercialización debe contemplar cuatro funciones básicas: la concepción del producto, la fijación de precios, la promoción y la distribución del mismo. Estas funciones constituyen el núcleo básico de la mezcla comercializadora. El reto de la comercialización consiste en generar ingresos y utilidades empresariales mediante el diseño de productos o servicios que satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes como resultado de un proceso sistemático de agregación de valor. Enfrentar este reto presupone la aplicación de enfoques, métodos y técnicas de forma consecuente. En este trabajo se concibe la comercialización como un de proceso de diseño y ejecución de estrategias y tácticas empresariales asociadas a la concepción, fijación de precios, promoción y distribución de bienes y servicios que satisfacen los objetivos de los clientes y de las empresas a partir del intercambio que se genera entre ellos.

Propiamente la comercialización es la técnica de analizar las entradas y las salidas de un negocio; es también la estrategia empresarial más utilizada y practica; ya que es la razón de ser de toda empresa de cualquier índole.

La comercialización es la mejor manera de obtener ganancias y rentabilidad a todo negocio, esto se pretende lograr mediante la elaboración de nuevos

productos, y cumpliendo los objetivos planteados en base a la satisfacción de las necesidades planteadas por los clientes.

2.3.5. FEDERACIÓN PLURINACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO DEL ECUADOR

Federación plurinacional de turismo comunitario del Ecuador, FEPTCE (2013), Es una organización con jurisdicción nacional que agrupa a las comunidades, recintos, centros, palenques de las nacionalidades y pueblos del Ecuador, que nos desarrollamos en un territorio determinado, que buscamos el mejoramiento de nuestras condiciones de vida (bien vivir) a través de la defensa de nuestros territorios y la valoración de nuestros patrimonios.

OBJETIVOS

- Impulsar el bien vivir de las comunidades a través del turismo comunitario.
- Apoyar en la estructuración promoción y comercialización de los productos turísticos comunitarios.
- Promover el manejo sustentable de los territorios de las comunidades con la implementación iniciativas productivas complementarias al turismo comunitario.
- Revitalizar la identidad cultural de los diferentes pueblos y nacionalidades involucrados en el turismo comunitario.
- Es una organización que ha asumido un rol político y técnico en la gestión del Turismo Comunitario, siendo sus ámbitos de acción el encaminar a fortalecer y posicionar al turismo comunitario como una actividad que marque un nuevo horizonte en la concepción y manejo del turismo a nivel nacional e internacional.

2.3.6. PRODUCTO TURÍSTICO

MINCETUR & PROMPERU, (2014), menciona que un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

El producto turístico puede incluir diferentes tipos de atractivos: naturales o hechos por el hombre, hoteles, resorts, restaurantes, teatros, actividades, festividades y eventos. De acuerdo a la OMT, el desarrollo de un producto turístico es un proceso en el que los bienes de un destino en particular se adecuan a las necesidades del mercado.

En el proceso de desarrollo de un destino turístico, los productos turísticos representativos del destino, deben estar de acuerdo a la marca y posicionamiento del destino (PPV). Son estos productos representativos los que lograrán consolidarlo en el mercado debido a su diferenciación o característica única. Los productos turísticos materializan aquellos conceptos de posicionamiento del destino turístico.

El concepto de producto turístico en muchos aspectos se asemeja al de destino turístico, pues dependiendo de la escala de mercado en la que participe, un producto turístico puede constituir un destino turístico en sí mismo.

Todo producto turístico consta de tres componentes:

Experiencial: Relacionado a la participación en festividades, eventos, actividades de esparcimiento, vínculo con las comunidades, calidad en el servicio, tranquilidad y seguridad.

Emocional: Factor humano y cultural, así como a la hospitalidad de los anfitriones del destino.

Material: Infraestructura, atractivos turísticos, instalaciones, planta turística.

Nicolau, L, (2010), menciona que un producto se puede definir como "un complejo de atributos tangibles o intangibles, incluso el embalaje, precio, prestigio del fabricante y del vendedor, que el comprador puede aceptar como algo que satisface sus deseos o necesidades." No obstante, el producto turístico tiene que ser:

Intangibilidad. En cuanto a servicio que es, tiene una parte importante de elementos intangibles, pero también posee partes tangibles. Dada la importancia de la parte intangible, para aplicar las técnicas del marketing a los servicios, éstos se tienen que tangibilizar. Una consecuencia directa de la intangibilidad es que no se puede transmitir la propiedad de los productos turísticos, sino que lo que se transmite es su uso y como mucho la posesión, y en ocasiones ni siquiera se posee. Esta característica implica que el producto comprado sea único, así, al contrario de los productos tangibles, de una estancia vacacional tan sólo queda el recuerdo. Además la intangibilidad supone que los consumidores no estén seguros de lo que compran ni de lo que realmente obtendrán cuando consuman lo que adquieren. Por ello, los que pretenden contratar los servicios de un determinado paquete turístico buscarán información previa referida a dicho paquete, de forma que si bien no desaparezca la incertidumbre, sí se reduzca lo máximo posible: de ahí la importancia de tangibilizar los servicios.

Caducidad. Los productos turísticos no son almacenables, por lo que o se consumen en el momento programado o se pierden. Esta caducidad, afecta a la industria hotelera de forma que se debe optar, por vender a ritmo de mercado, -vender directamente al público-, o vender con antelación, -a través de intermediarios-. Precisamente, el overbooking es una consecuencia de la caducidad. Por lo tanto la caducidad de los servicios turísticos es una característica inherente a los mismos que se debe tener presente, e intentar contrarrestar.

Agregabilidad. El producto turístico se puede formar de la agregación de varios productos, lo cual dificulta su comercialización como en el control de la calidad. Esto implica que los precios pueden variar eliminando o agregando servicios al paquete ya existente, creándose así nuevos productos.

Heterogeneidad. Como ya se ha comentado, la agregabilidad supone una dificultad de controlar que todas las fases estén a un mismo nivel de excelencia, es más, un fallo en un aspecto puede afectar a todo el producto. No obstante, esta misma cualidad permite en muchas ocasiones confeccionar productos "a medida", aunque estén más o menos estandarizados de antemano, por lo que cabría hablar de "estandarización heterogénea", y no sólo

se individualiza el producto de forma consciente sino que un viaje será distinto de otro aun teniendo las mismas características.

Simultaneidad de producción y consumo. Mientras que los productos en general, son fabricados, comprados y posteriormente consumidos, los productos turísticos, son primero, comprados, y en segundo lugar son producidos y consumidos simultáneamente.

Esto implica que los servicios no se pueden separar de aquellos que los prestan, por lo que no se trae el producto al consumidor, sino que se lleva el consumidor a donde está el producto. De ahí la importancia del componente humano en la prestación de los servicios.

2.3.7. PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO

Gonzales, P. (2010). Mencionan que existen tres niveles de producto: el genérico, el esperado y el mejorado. El producto genérico sería aquel destinado a satisfacer las necesidades más básica del cliente. El producto esperado representa el conjunto de atributos que el consumidor espera recibir en relación con las expectativas y las necesidades que éste tiene sobre el mismo. En relación con el producto mejorado, podemos decir que incluiría toda una serie de beneficios sobre el producto genérico y el producto esperado con el objetivo fundamental de diferenciarse de la competencia.

Las características necesarias del producto son satisfacer las necesidades de los consumidores que requieran de una interacción con el cliente, con la finalidad de que éste contribuya con sus aportaciones a la mejora o perfeccionamiento del producto actual.

En relación con los servicios, existen varias características que se diferencian como son la intangibilidad, la inseparabilidad, la heterogeneidad y el carácter perecedero.

El aspecto diferencial del producto turístico comunitario es la interdependencia de los distintos productos turísticos. Con el fin de adquirir mayor relevancia en sus destinos, con el propósito de mejorar resultado final.

Machado, E. (2007), menciona que todo diseño de productos turísticos debe ser considerado como un trabajo artístico, original, con los siguientes objetivos: rentabilidad económica, social y ambiental, y la satisfacción de la demanda. Se define el producto turístico como la combinación de una serie de elementos tangibles e intangibles que solo se reconocen al mismo momento del consumo.

El diseño de un producto turístico comunitario constituye una ventaja competitiva con los recursos naturales, culturales e históricos que se incorporan al producto sin perder su esencia.

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

La investigación se efectuó en el cantón Bolívar provincia de Manabí, para la elaboración del producto turístico comunitario se tomó como punto de partida las comunidades de San Miguel de Sarampión (Finca Sarita), Cabello (Quinta Colina del Sol, alfareros de Barro), La Esperanza, Las Cascadas de Chapulí y Julián, Primera Piedra, estas mismas comunidades ayudaron a la recolección y obtención de datos; los mismos que se detallarán posteriormente.

El capítulo presenta toda la metodología utilizada para la elaboración del diseño de un producto turístico; en donde se detallan de manera breve los pasos, métodos, técnicas y herramientas los cuales fueron utilizados para la realización del presente trabajo investigativo.

3.1. ANTECEDENTES DE LA METODOLOGÍA PROPUESTA

Dentro de la metodología propuesta se tomaron en consideración varios métodos para la elaboración del diseño de un producto turístico que fueron de gran aporte para el modelo del diseño de la presente investigación. De los cuales se utilizaron los métodos teórico Analítico-sintético, el método de inducción y deducción, el método teórico sistémico y estructural-funcional, observación científica, observación de campo, y encuestas.

De acuerdo al objeto de estudio se tomaron en consideración obras de los siguientes autores tales como: PROMPERÚ (2001), SECTUR (2001), SECTUR (2002), MINTUR (2003), SECTUR (2003), Blanco (2007), Machado-Hernández (2007), Machado (2013), los diferentes pasos propuestos por los autores se presentan en el cuadro 3.1, además del aporte brindado por los autores ya mencionados se utilizó de manera referencia al Manual de Inventario Turístico del Ministerio de Turismo del (2004), las Fichas de Inventario Turístico Ecuador (2008), Plan de Ordenamiento Territorial (2011), manual de diagnóstico turístico local Ricaurte (2009) los que sirvieron de base para elaborar la matriz de síntesis, y desarrollar las fases con cada uno de los métodos, técnicas y herramientas para la elaboración del diseño de un producto de turismo comunitario, la misma que se expresa en el cuadro 3.1.

PROMPERU 2001	SECTUR 2001	SECTUR 2002	MINTUR 2003	SECTUR 2003	BLANCO 2007	MACHADO- HERNANDEZ 2007	MACHADO 2013
Diseño del producto turístico (Inventario)	Definir los objetivos	Análisis de la oferta turística.	Análisis y clasificación de la información.	Identificar al cliente.	Entorno territorial	Búsqueda y análisis de la información.	Estudio de mercado
Desarrollo del producto.	Definir el concepto del producto	Evaluación de inventarios.	Diseño del producto turístico.	Identificar el producto.	Dimensión ambiental, social, económica, política-institucional	Análisis de la situación de las demandas del mercado y las tendencias futuras.	Inventario de los recursos
Estructuración del producto	Estructurar el producto.	Evaluación de infraestructura disponible	Análisis de la sustentabilidad del producto.	Preparar el producto	Análisis de la situación turística.	Análisis de la competencia.	Atributos /requerimientos
Promoción del producto.	Decidir el mix de los servicios.	Análisis de los servicios turísticos.	Análisis de la sustentabilidad económica.	Calcular el costo de la inversión, el precio y el retorno de la inversión.	Inventario de atractivos	Inventario de recursos.	Diseño del producto
Comercialización del producto	Diseñar el proceso de prestación.	Análisis de la demanda turística.	Análisis de la sustentabilidad social.	Evaluar la factibilidad.	Análisis de la oferta local	Diseño del producto.	Precio
	Analizar la viabilidad económica.	Análisis estratégico.	Análisis de la sustentabilidad cultural.	Facilitar la compra	Análisis de la demanda turística	Concepción de nuevas ideas y su selección.	Distribución
		Análisis del entorno competitivo.	Análisis de la sustentabilidad ambiental.		Infraestructura y servicios	Cribado de ideas.	Comunicación
		(Análisis FODA)	Viabilidad del producto y resultados preliminares.		Análisis de la competencia	Definiendo los atributos y concepto del producto.	Gastos estimados de ingresos
		Definición de la Cartera de productos.	Construcción de la matriz del producto.		Análisis de las tendencias del mercado	Despliegue de clientes y sus requerimientos.	Plan de control
			Identificar las potencialidades del producto.		Cooperación y alianza	Diseño del producto	
			Diversificación de la oferta del producto turístico.			Definición y fijación del precio.	
			Integración y distribución del producto.			Posicionamiento	
			Segmentación de la demanda.			Definición y selección del canal de distribución	
			Facilitación de planes estratégicos del producto.			Retroalimentación	

Fuente: Elaborado por las autoras. (2015).

CUADRO 3.1.1. Análisis de metodologías para diseño de un producto turístico.

Se analizaron 8 metodologías para el diseño de productos turísticos

- PROMPERÚ, (2001)
- SECTUR, (2001)
- SECTUR, (2002)
- SECTUR, (2003)
- MACHADO-HERNÁNDEZ, (2007)
- BLANCO, (2008)
- MINTUR, (2007)
- MACHADO, (2013)

Por consiguiente se establece un orden cronológico de cada una de las fases y etapas que propone cada autor, posteriormente, se elabora una tabla donde se sintetizan los elementos y criterios comunes por los autores que tienen mayor coincidencia sobre sus conceptos. La conformación de la metodología propia, se estructura a partir de la coincidencia de criterios de los autores estudiados, aunque en ocasiones determinados pasos, considerados por sólo un autor, se incorporan a la propuesta que se expone, de acuerdo con la importancia atribuida en el marco de la presente investigación en cuanto respecta a la elaboración de productos turísticos.

Para el respectivo análisis de las diferentes metodologías, se detalla que existe coincidencia cronológica y sistemática en algunos de los autores mencionados.

3.1.1. ANÁLISIS DE LA METODOLOGÍA SEGÚN LOS AUTORES

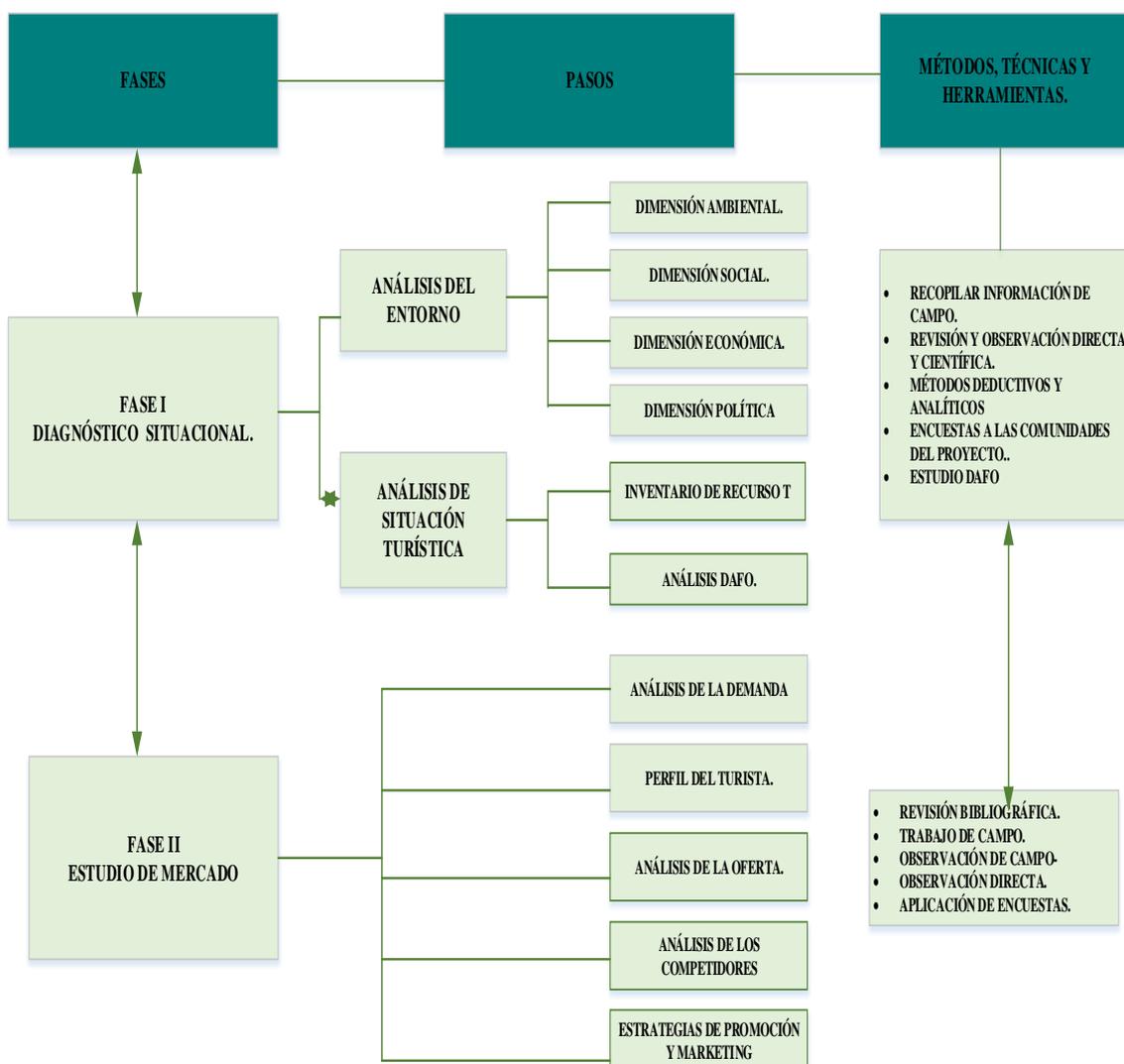
<ul style="list-style-type: none"> - <u>HERNÁNDEZ</u> - <u>MACHADO</u> - <u>PROMPERÚ</u> - <u>SECTUR</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Análisis de la situación turística. (Inventario de recursos turísticos).
<ul style="list-style-type: none"> - <u>HERNÁNDEZ</u> - <u>MACHADO</u> - <u>MINTUR</u> - <u>PROMPERÚ</u> - <u>SECTUR</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estructura o diseño del producto turístico.
<ul style="list-style-type: none"> - <u>BLANCO</u> - <u>HERNÁNDEZ</u> - <u>MACHADO</u> - <u>SECTUR</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Análisis de la oferta, demanda y posibles competidores.

<ul style="list-style-type: none"> - <u>HERNÁNDEZ</u> - <u>MACHADO</u> - <u>PROMPERÚ</u> 	<p>➤ Precio y comercialización y distribución del producto turístico.</p>
---	---

Fuente: Elaborado por las autoras.

3.2. METODOLOGÍA PROPUESTA PARA EL DISEÑO DE UN PRODUCTO DE TURISMO COMUNITARIO.

Tomando como referencia el análisis desarrollado con anterioridad de las fuentes especializadas, se realizó la elaboración de una metodología propia que plantea los pasos necesarios para desarrollar el diseño de un producto de turismo comunitario, la cual se presenta a continuación en la figura 3.2.



Fuente.- Elaborado por las autoras (2015).

La metodología propuesta consta de 3 etapas subdivididas en veinte pasos y varios métodos, técnicas y herramientas, que sirvieron para el desarrollo del presente trabajo de investigación los mismos que contribuyen al cumplimiento del objetivo principal de la investigación el que consiste en el diseño de un producto de turismo comunitario. A continuación se desglosan sus aspectos:

3.2.1. FASE I: DIAGNOSTICO SITUACIONAL:

Esta fase consta de dos pasos más seis subpasos que se detallan de manera progresiva.

3.2.1.1. ANALISIS DEL ENTORNO:

3.2.1.1.1. DIMENSION AMBIENTAL:

Para la obtención de información para el referente ambiental se sustentó en la utilización de las herramientas de recopilación de revisión y observación directa y científica, la misma que fue obtenida del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar, mediante su Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2011). Se mencionan aspectos ambientales como el clima, la precipitación, la humedad, temperatura, además también se hace referencia a aspectos morfológicos y geomorfológicos, topografía, suelos, biodiversidad haciendo mención a la flora y fauna, hidrografía, meteorología, componen la dimensión ambiental del proyecto de investigación.

3.2.1.1.2. DIMENSION SOCIAL:

En cuanto refiere a la dimensión social se procedió a la revisión y observación directa y científica de la misma se recopiló la información básica para sustentación del referente social. Datos que se obtuvieron del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2011) del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Bolívar los mismos datos que se utilizaron y colaboraron en el análisis de la situación turística de Bolívar.

3.2.1.1.3. DIMENSION ECONOMICA:

En cuanto corresponde a la dimensión económica se tomó información del G.A.D municipal del Cantón Bolívar. Estos datos arrojan que las principales actividades económicas del cantón son la agricultura, la ganadería y las artesanías. Los mismos se mencionan posteriormente.

3.2.1.1.4. DIMENSION POLITICA:

La dimensión política se utilizó la herramienta de la revisión e información directa y científica, obtenida del G.A.D municipal del cantón Bolívar, en donde menciona datos geográficos del cantón como la ubicación, población, dimensión política y los límites del cantón.

3.2.2. ANALISIS DE LA SITUACION TURISTICA:

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA

Este documento permite analizar la situación actual y potencial de todos los recursos que pueden manifestar desarrollo turístico dentro de la zona de Bolívar, con el previo análisis se pretende localizar todas aquellas áreas en las que se va actuar, dentro de este aspecto se toma en consideración la utilización del inventario de recursos y atractivos turístico, así mismo se mencionan varios componentes de lo que respecta a la oferta y la demanda y por ende a todos los competidores.

Se consideró que al fusionar las dimensiones ambiental, social, económico y político se permitirá realizar el análisis situacional del cantón para el diseño de un producto de turismo comunitario, tomando como referencia la recopilación de información de campo y aplicando una observación directa y científica, utilizando métodos deductivos y analítico sintético, y diagnostico por medio de encuestas a los clientes. Por otra parte para evaluar la situación actual en la que se encuentran las comunidades se aplicara un análisis DAFO de manera general en el cantón Bolívar.

3.2.2.1. INVENTARIO TURÍSTICO

Se aplicaron metodologías de observación y de información. Inicialmente se partió con la recopilación de información sobre el área de estudio, seguidamente se procedió a realizar la actualización de la información de las fichas de inventario turístico.

3.2.2.2. ANÁLISIS DAFO

El matriz DAFO que se realizó es el método descriptivo aplicado en el proyecto investigativo, se aplicó el análisis para poder identificar y concluir cuales son aquellas fortalezas y debilidades del área de estudio, posteriormente se detectaron las oportunidades y amenazas para poder focalizar y planificar la viabilidad del desarrollo turístico.

3.2.3. FASE II. ESTUDIO DE MERCADO.

3.2.3.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

El análisis de la demanda se realizó se sustentó en la aplicación de encuestas a aplicada a los visitantes de la comunidad de Cabello como mayor referente del turismo comunitario en el cantón y el 30% de las demás encuestas se aplicaron a la comunidad de Canoa, mencionada y tomada en consideración por ser el mayor referente de turismo comunitario en la Provincia de Manabí.

3.2.3.2. PERFIL DEL VISITANTE.

Para lo que respecta al perfil del visitante se pudo obtener las características principales de los visitantes mediante la aplicación de encuestas, en donde se mencionara como información básica la edad, estado civil, preferencias turísticas, y la capacidad de pago por actividades turísticas realizadas. Datos que se detallaran posteriormente.

3.2.3.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA.

Para lo que respecta al análisis de la oferta, se menciona que se realizó mediante la recopilación de información de campo y la revisión científica,

obtenidas de G.A.D municipal del cantón Bolívar, mediante las fichas de inventario de recursos turísticos y la aplicación de encuestas, de la misma información obtenida se realizó posteriormente la actualización de las fichas del inventario, en donde se procedió a utilizar las necesarias para el proyecto investigativo. Las relevantes fueron las de carácter de hospedaje, restauración, y alimentación, adicional los recursos turísticos que poseen las comunidades de San Miguel de Sarampión (Finca Sarita), Cabello (Quinta Colina del Sol y Alfareros), Julián (Cascada de Julián), Chapuli (Cascada de Chapuli), Primera piedra(cascadas primera piedra), la Esperanza.

3.2.3.4. ANALISIS DE LOS COMPETIDORES.

Para lo que respecta el análisis de los competidores se pudo medir el grado de competitividad mediante la aplicación de las encuestas, en donde se logró diagnosticar cual es el mercado competidor.

Con el análisis realizado se pudo determinar las características de la oferta y de la demanda, y por ende la captación y viabilidad del producto.

Sé destaca que para la elaboración de la formula, se tomó en consideración datos del INEC, (2010), el mismo que menciona que el cantón Bolívar posee una población de aproximadamente unos 40.735 habitantes, de los cuales 33.000 corresponden a la población urbana y 7.735 habitantes a la población rural de Bolívar.

Para la correcta aplicación de las encuestas se procedió a utilizar la siguiente formula:

FÓRMULA

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

n= Tamaño de muestra

N= Tamaño de la población.

K= Nivel de confianza.

e²= Error que se pretende (0.05).

P= Éxito (0.5) (0.9).

q= Fracaso (0.5) (0.1).

Cabe mencionar y detallar que para el próspero desarrollo de esta fase se aplicaron varias metodologías, como la previa búsqueda de información, la aplicación de las encuestas, revisión bibliográfica, y además el análisis a documentos que colaboraron a obtener datos veraces de manera cualitativos y cuantitativos.

Se plantea la utilización y aplicación de la observación directa y el trabajo de campo, los mismos métodos que fueron de gran ayuda para poder verificar los datos e información obtenidos según los entrevistados, para focalizar y proyectar el análisis de la demanda y oferta, los posibles competidores y los medios de promoción, cuyos pasos son de vital importancia para el desarrollo del proyecto investigativo.

3.2.4. FASE III. DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO.

Dentro de esta etapa se detalla toda la estructura de lo que conlleva la elaboración de un producto turístico comunitario, así mismo se mencionan todas las herramientas utilizadas para la toma de decisiones acertadas, ya sea tanto para la elaboración, estructura y comercialización del producto.

Los métodos y las técnicas que fueron tomadas en consideración fueron la observación directa, la aplicación de encuestas, revisión científica, las mismas que coadyuvaron para la estructura diseño y comercialización del producto turístico comunitario.

3.2.4.1. DISEÑO DE RUTA TURISTICA.

Dentro de lo que conlleva el diseño del producto se procedió a crear dos rutas turísticas, una de carácter natural y la otra cultural, el diseño de las rutas se sustentó en la previa recopilación de información obtenida mediante varias metodologías tal es el caso de la revisión e información científica, la aplicación de encuestas, la observación directa y de campo, realizada a las seis

comunidades inmersas en la investigación y de las cuales se pudo diseñar las rutas turísticas.

3.2.4.2. COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO TURISTICO.

Para lo que respecta a la comercialización del producto turístico se procedió a elaborar el mapa de las rutas, el slogan o el logotipo de promoción de cada una de ellas, además de trípticos para poder comercializar el producto de manera directa, por otra parte se menciona la elaboración del paquete turístico, destacando y resaltando cada una de las actividades que se pueden realizar en las diversas áreas del proyecto. Todo lo que se manifiesta es obtenido en base al resultado de la aplicación de encuestas.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Las comunidades de San Miguel de Sarampión, Cabello, Julián, Chapuli, Primera Piedra, y la Esperanza, poseen una vasta particularidad en cuanto a la variedad de actividades que en ellas se pueden realizar, el potencial turístico existente en las comunidades las han hecho merecedoras, a ser partícipes en la realización de un producto turístico comunitario, para el cual se han planteado métodos, técnicas y herramientas que hicieron factible el desenvolvimiento y ejecución en cuanto a la diseño del producto.

Las técnicas y herramientas que fueron utilizadas como tal, para la adecuada funcionalidad, fueron la aplicación de encuestas, la revisión científica y bibliográfica, el método deductivo e inductivo, el análisis DAFO. Los mismos que de acuerdo a su aplicación lograron dar como resultado, la factibilidad y viabilidad de la elaboración de un producto de turismo comunitario para el cantón Bolívar.

4.1. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL DEL CANTÓN BOLÍVAR.

Cabe mencionar que para esta parte de la investigación, en donde se menciona el diagnostico situacional cantonal, se conjugaron cuatro aspectos que fueron el ambiental, económico, político y social, y que de los mismos se utilizó el método de recopilación de información, la misma que tuvo su realización el en Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar, de la misma manera se procedió a la realización del método analítico científico, dando como resultado la obtención de información mediante la utilización del inventario de recursos existentes en el cantón, como último método utilizado se dispuso de la realización del análisis DAFO, y mediante toda esta metodología utilizada los resultados fueron destacar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, que conllevaría realizar un diseño del producto turístico para las comunidades de Bolívar.

GENERALIDADES

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar en su Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2011), menciona que geográficamente el Cantón Bolívar se encuentra ubicado en la parte nor-oriental de la provincia de Manabí. Su posición geográfica es de 0°, 50 minutos, 39 segundos de latitud sur y 80°, 9 minutos, 33 segundos de latitud oeste.

Limita al norte con el cantón Chone; al sur con Portoviejo, Junín y Santa Ana; al este con el cantón Pichincha y al oeste con Tosagua. El Cantón Bolívar cuenta con una extensión territorial de 538 Km².

Bolívar presenta una topografía plana en la parte baja por los valles e irregular ondulada y quebrada en la parte alta y montañosa. La altitud es de 21 msnm la parte baja y de 400 msnm en la parte alta. Políticamente se divide en una parroquia urbana Calceta, ciudad que a la vez es su cabecera cantonal y dos parroquias rurales: Quiroga y Membrillo.

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2011). De acuerdo con los datos censales del INEC 2010, la población del cantón, fue de 40.735 habitantes, cinco mil personas más que en el censo del 2001. Con un crecimiento en el área urbana de 19.119 personas, pero un decrecimiento acelerado en el área rural de 14.011 habitante.

CARACTERÍSTICAS AMBIENTALES DEL ÁREA DE ESTUDIO

Según la información obtenida del GAD Municipal del Cantón Bolívar menciona que:

CLIMA- TEMPERATURA

El cantón Bolívar presenta un clima subtropical seco y tropical húmedo, con temperaturas de 25,5 grados centígrados.

Se menciona que su temperatura no es uniforme.

Se distinguen dos temporalidades las mismas que presentan particularidades, durante el verano se soporta intensos fríos en las noches debido a la corriente fría de Humboldt y sofocante calor durante el día. Por consiguiente el invierno

es caluroso, y generalmente se inicia dentro de los meses de diciembre y termina en mayo aproximadamente.

PRECIPITACIÓN

Dentro de Bolívar se mencionan que los períodos de lluvias se presentan en los meses de abril a diciembre, que tiene volúmenes que fluctúan por debajo de los 1000 mm al año. El mes más lluvioso es abril, con una precipitación mayor a los 150 mm, en tanto que, de mayo a diciembre se registran no más de 20 mm.

HUMEDAD RELATIVA

La humedad Relativa del Cantón Bolívar en una media interanual, se sitúa con un valor del 77%. El valor más alto que es el 81% se presenta en época de invierno, entre los meses de enero a mayo. El valor más bajo es del 73%.

CARACTERÍSTICAS ECOLÓGICAS Y GEOGRÁFICAS

GEOLOGÍA – GEOMORFOLOGÍA

La zona donde se ejecuta el proyecto, se presenta bien estratificada y con predominancia de fracciones granulométricas gruesas (ripios y gravas) sobre las finas (arena y arcillas).

En cuanto al relieve, Bolívar presenta un terreno irregular, siendo las mayores elevaciones 400 metros ubicadas en la parte sur-oeste de la carta.

HIDROGRAFÍA Y CARACTERÍSTICAS METEOROLÓGICAS

El territorio del cantón Bolívar es parte integrante de una de las cuencas más importantes de la provincia: la cuenca del Carrizal. La red hidrográfica más resaltante de este elemento natural lo constituyen el río Carrizal y el Río Mosca. La gran capacidad y vocación de suelo para las actividades agrícolas determinaron que se implante la más grande infraestructura de riego de la Provincia de Manabí, la represa denominada “La Esperanza” (capacidad de 455 millones de m³ de agua), tiene la condición ser navegable; y, el Mono, la Palma, Barro, Balsa, Severino, Tigre, Chico, Bejuco, Camarón, Matapalo y

Platanales afluentes del río Chone. Este plan menciona también a los ríos Come y Paga, Conguillo, Cañales, Santa Lucía, Tachel, Solano, tigre de arriba que son afluentes del río Daule.

El río Carrizal es la principal fuente hídrica del cantón, navegable durante el invierno, donde también se práctica la pesca. También se encuentra la Presa La Esperanza, esta presa es un embalse que almacena unos 400.000.000 de metros cúbicos de agua. Tiene propósito múltiple que permite el control de inundaciones, produce aguas de riego, para consumo humano y camarones de la zona central de Manabí.

TOPOGRAFÍA

Dentro del Cantón Bolívar existe un número considerable de montañas, estas elevaciones no superan los 400 metros sobre el nivel del mar; el conjunto de montañas, al oeste se encuentra la de Conguillo, que separan las cuencas hidrográficas del río Chone con el Daule, extendiéndose al norte hasta unirse con la cordillera de Jama; las principales son: El Bejuco y Membrillo, prolongaciones de la cordillera costanera.

SUELOS

El cantón posee un porcentaje alto de suelo arcilloso por lo que su efecto de expansión en temporada de invierno dificulta las labores agrícolas.

BIODIVERSIDAD

FLORA

“La vegetación constituye uno de los elementos importantes en la cobertura y protección de los suelos, porque la interrelación entre el animal-planta permite la perpetuación de las especies y el equilibrio de la cadena alimenticia.”

Entre las especies frutales, maderables y leñosas nativas encontramos principalmente en el cantón al zapallo (*Cucúrbita pepo*), toquilla (*Carludovica palmata*), piñón (*Jatropha curcas*), grosello (*Phyllanthus acidus*), yuca (*Manihot sculenta*), maní (*Arachis hypogaea*), fréjol de palo (*Cajanus cajan*), cedro colorado (*Ocotea sp.*), Aguacate (*Persea americana*), caoba (*Trichilia pleeana*),

guachapelí prieto (*Albizia guachapele*), guabo (*Inga sp.*), Algarrobo (*Prosopis juliflora*), samán (*Samanea saman*), fruta de pan (*Artocarpus altilis*), plátano (*Musa paradisiaca*), guayaba (*Psidium guajava*), ajo (*Petiveria alliacea*), caña gadúa (*Guadua angustifolia*), arroz (*Oriza sativa*), Saboya (*Panicum maximum*), fernán sánchez (*Triplaris guayaquilensis*), limón (*Citrus limón*), mandarina (*Citrus nobilis*), naranja (*Citrus sinensis*), café (*Coffea canephora*), jaboncillo (*Sapindus saponaria*), cacao (*Theobroma cacao*), ortiguilla (*Pilea pubescens*), teca (*Tectona grandis*), pechiche (*Vitex gigantea*).

FAUNA

Debido a la intervención del hombre, y al cambio del uso de suelo (actualmente algunas zonas en agriculturas y otras urbanizadas), ha generado migración por la tala de árboles de las especies nativas. Principalmente en la zona de los bosques se encuentran las siguientes especies.

- **Mamíferos**, El mono aullador (*Alouatta palliata*), la guatusa (*Dasyprocta punctata*), el tejón (*Procyon cancrivorus*), el armadillo (*Desypus novemcinctu*), y el zorro (*Didelphys virginiana*). En Quiroga vía la Pavita se reportó la existencia del Tigrillo (*Leopardus pardalis*), el cabeza de mate (*Eira barbara*), el gato de monte, tanto por información de los pobladores como por registro visual y huellas. Entre los roedores, el ratón de monte (*Caenolestes fuliginous*) y la rata (*Rattus rattus común*) son los principales representantes.
- **Aves**, Gallinazo de cabeza negra (*Coragyps atratus*), gallinazo de cabeza rojo (*Cathartes aura*), paloma santa cruz (*Columba cayennensis*), paloma tierrero (*Zenaida asiática*), Valdivia (*Herpetotheres cachinnans*).

Los pobladores locales mencionan como aves más comunes a la Guacharaca, Diostedé, perdiz pequeña y grande, garzas morena, blanca y azul, pato, cuervo, patillo, pato maría, gavilán, palomas, golondrinas, olleritas, garrapateros, tilingos, pericos y loros, cacique, gallinazos, palomas, negros.

- **Réptiles**, Entre las especies de reptiles más comunes encontramos la equis (*Botrox atrox*), la coral (*Micrurus sp*), la boa mataballo (boa constrictor), la chonta lisa (*Clelia clelia*), la iguana común (Iguana iguana), y la tortuga mordedora (*Chelydra serpentina*).
- **Peces**, Se encuentran peces de agua dulce encontramos la huayja (*Lebiasina bimaculatus*), el guanchiche (*Hoplias microlepis*), la guambina (*Eleotris picta*), la vieja (*Aequidens tivilatus*), la liza (*Mugil sp.*), el barbudo (*Rhamdia wagneri*), chame (*Dormitator latifrons*) y la tulipa (*Sarotherodon spp*), esta última especie introducida.

ECONOMÍA Y PRODUCCIÓN

PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS.

Por su parte, la PEA de Calceta, según datos del censo de 2009 provistos por el INEC, UNFA y AME en relación con la categoría de ocupación, muestra un importante peso en el desarrollo de las actividades económicas, aunque el desarrollo económico en torno al municipio, con el 2%, en tanto que el resto del Estado abarca el 12% del total. Esto se traduce en el rol que tiene la cabecera cantonal.

En efecto, a ella acuden los habitantes del cantón por tres motivos importantes: la provisión de bienes o la venta, en los días de feria; la realización de gestiones ante las autoridades municipales, gubernamentales y judiciales, y, probablemente, por estudios y trabajo en menor proporción, desde zonas aledañas a la cabecera.

AGRICULTURA

Bolívar se ha caracterizado por ser una tierra rica en producción agrícola la fertilidad de la tierra permite a los habitantes del cantón vivir de la agricultura. La cosecha de café también tiene lugar en este cantón, y se desarrolla de junio a septiembre, generando una economía transitoria. En la región se cosecha cacao, cítricos, bananos, plátano, paja mocora, árboles frutales entre otros.

GANADERÍA

La producción ganadera gira en torno al vacuno, caballar y las aves de corral. No existe un censo que determine el número de cada especie, porque generalmente son crías domésticas.

ARTESANÍAS

En algunas áreas rurales de Bolívar se pueden observar la elaboración de artesanías de mocora, ollas de barro, dulces, confección de bolsos, petates, hamacas alfombras de paja mocora y algodón y la confección de prendas de vestir, son la base económica de varios hogares.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

EDUCACIÓN

En cuanto al ámbito de la Educación en el cantón Bolívar existe una amplia gama de establecimientos educativos, que van desde establecimientos de instrucción primaria y secundaria; entre estas se mencionan algunas de manera general.

- Unidad Educativa Simón Bolívar.
- Unidad Educativa Vesta Cevallos.
- Unidad Educativa San Martín.
- Colegio Monserrate Álava de González.
- Colegio 13 de Octubre.
- Colegio Simón Bolívar.
- Colegio Pablo VI

Dentro del área de instrucción superior se menciona a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí (ESPAM- MFL), como principal eje de la educación superior dentro del cantón; existen algunas extensiones que laboran en la ciudad, tales como:

- Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. (ULEAM).
- Universidad Técnica Particular de Loja. (UTPL)
- Universidad Técnica de Manabí.(UTM)

Las presentes solo se mencionan de manera general.

SALUD

Calceta cuenta con un hospital denominado Dr. Aníbal González Álava. El hospital se encuentra está ubicado en la calle Chile entre Ricaurte y A. Granda Centeno con un área de 7050 m2.

También dispone de doce centros médicos de salud, y dos sub-centro de salud donde se realiza medicina preventiva y epidemiológica.

SERVICIO DE TRANSPORTE PÚBLICO

SERVICIO URBANO, INTRAPROVINCIAL E INTERPROVINCIAL

El Cantón Bolívar cuenta con varios servicios de transportación, los mismos que van desde los buses, taxis, moto taxis, triciclos, y de manera más personal existe una gran cantidad de personas que se transportan en bicicletas, desde los principales núcleos receptores.

El servicio Interprovincial lo realiza la Cooperativa Reina del Camino con dos frecuencias diarias a Guayaquil (7 y 13 horas) y una a Quito (8:15 horas) y flota Bolívar.

VÍAS DE ACCESO

- ✓ Calceta – Chone – Junín y Tosagua – Vía Asfaltada
- ✓ Calceta – Quiroga – Vía Asfaltada – doble riego
- ✓ Calceta – Quiroga – Pichincha- asfaltada
- ✓ Quiroga- Membrillo – Vía Empedrada – doble riego

COOPERATIVAS DE TRANSPORTE Y RUTAS

- ✓ San Cristóbal de Bolívar – Chone – Calceta – Portoviejo
- ✓ Ciudad de Calceta: Calceta – Junín- Portoviejo
- ✓ Ciudad de Calceta: Calceta – Quiroga – Membrillo
- ✓ Ciudad de Canuto: Chone – Canuto – Calceta – Junín – Portoviejo
- ✓ Ciudad de Tosagua: Calceta – Tosagua – Bahía – Calceta
- ✓ Reina del Camino: Calceta – Quito – Calceta
- ✓ Calceta – Guayaquil- Calceta.

- ✓ Bolívar: Calceta – Quevedo- Calceta.
- ✓ Bolívar: Calceta – Pichincha – Calceta.

TRANSPORTE URBANO

- ✓ Cooperativa de taxis “San Agustín.
- ✓ Cooperativa de taxis ejecutivo “trans la sin par”.

COMUNICACIÓN

El cantón Bolívar cuenta con diferentes medios de comunicación como; un canal de televisión local, por el Sistema Cable, dos Emisoras FM (Radio Carrizal, y la Radio Politécnica de Manabí), las cuales tienen una cobertura del 13%2 a nivel cantonal de líneas telefónicas digitales, empresas proveedoras de Internet, antenas para la recepción de señales celulares, entre otros.

4.2. INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

Para la realización del análisis del inventario turístico se aplicó el método de observación y de información, para posteriormente realizar la actualización de la información de las fichas del inventario existente del cantón Bolívar, de las cuales se tomó en consideración los recursos culturales y naturales. Se menciona como punto de referencia el Inventario Turístico del Cantón Bolívar 2013. Este estudio se centra en las comunidades de San Miguel de Sarampión Cabello, la Esperanza, cascadas de Chapulí, y Julián, Primera piedra, estas comunidades permiten conocer los recursos naturales y su potencialidad para la práctica del turismo comunitario en el cantón Bolívar.

4.3. MANIFESTACIONES CULTURALES

El Cantón Bolívar es uno de los Cantones Manabitas que posee un alto compromiso en la preservación de su Patrimonio Cultural, dentro de sus comunidades aún mantienen ciertas tradiciones ancestrales del *Pueblo Montubio* tales como: tradición oral compuestas por chigualos, amorfinos, refranes, fiestas tradiciones y religiosas, entre otras. A demás también mantienen intacta su gastronomía tradicional; donde se distingue la tonga,

salprietá, caldo de gallina criolla estos entre algunos de tantos platos tradicionales innatos en la gastronomía Bolivarenses. Así también se menciona de manera particular la elaboración de variedad de dulces como: natilla, rompopé, troliches, galletas de almidón, suspiros, entre muchos otros. Cabe mencionar también la fabricación de artesanías hechas a base de algunos elementos como es el caso de las artesanías de mate, de paja mocora, de zapan, de barro, de madera y de muchos otros materiales propios del Cantón.

FINCA ORGÁNICA SARITA (COMUNIDAD SAN MIGUEL DE SARAMPIÓN)

DESCRIPCIÓN

La finca Sarita es un espacio donde su principal preocupación es la conservación del medio y de los recursos naturales, se caracteriza por el cultivo orgánico, la reutilización del agua, el uso de baños ecológicos y el reciclaje. Se encuentra ubicada a 10 km de la cabecera cantonal Calceta, en la comunidad de Sarampión, la temporalidad de acceso es de todo el año, durante las 24 horas al día, preferiblemente en días feriados.

El estilo es de arquitectura típica manabita, con caña guadua, cadí, es un lugar de relajación para encontrarse con la naturaleza, se realizan diferentes actividades recreativas como senderismo, elaboración de artesanías y brinda el servicio de capacitación a la comunidad.

VÍAS DE ACCESO

La principal acceso es el de la carretera Calceta-Membrillo, vía terrestre asfaltada, aunque en temporada invernal se dificulta su accesibilidad.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS

ACTUALES

Dentro de las principales actividades que se pueden realizar en la Finca Sarita de la Comuna de San Miguel de Sarampión se encuentran las siguientes:

Eventos programados, Visitas guiadas, actividades agrícolas, Senderismo, observación de Flora y Fauna, gastronomía tradicional y local, agroturismo, camping, Caminatas, ente otras como las principales. Esta finca es un área con abundancia de producción agrícola y pecuaria, entre los productos se encuentran el cacao, cítricos y derivados de la producción ganadera, es por esa razón que este atractivo esta ms enfocado al turismo comunitario, y a un área específica del turismo rural (agroturismo).

La Comunidad de San Miguel de Sarampión fue tomada como referencia en el trabajo de investigación; la Finca Sarita muestra un moderado índice del referente turístico dentro del cantón, este conocimiento de la actividad turística se ve reflejado en recorridos dentro de la propiedad, senderismo, observación de flora y fauna, procesos de agricultura orgánica, entre otras actividades, las mismas que han sabido llegar a llamar la atención de tantos turistas ya sean propios y extranjeros.

POTENCIALES

Ya se han mencionado actividades actuales de la Finca Sarita, actividades potenciales como sería el caso de establecer o iniciar alianzas con turistas extranjeros para que enseñen el idioma ingles a las personas que deseen en la misma comunidad esto a manera de intercambio de idiomas, además también crear una cultura más ampliada de lo que es cuidar el ambiente, esto sería dando charlas a todos aquellos que tengan negocios de emprendimientos turístico comunitario, capacitar al personal que presta servicios en la Finca para poder así crear una consciencia más sostenible y sustentable en cuanto a turismo se habla.



Figura N°

PARAJE NATURAL Y CULTURAL “QUINTA COLINA DEL SOL” (COMUNIDAD DE CABELLO).

DESCRIPCIÓN

Cabello es una comunidad localizada a 2km de la ciudad de Calceta, dentro de esta comunidad se encuentra el Paraje Natural y Cultural Quinta Colina del Sol, en la misma se detallan varios aspectos de la misma. Está rodeada de un entorno en estado natural de aproximadamente el 80%, el recubrimiento vegetal es muy grande y la comunidad está próxima a la quebrada Bejucal.

El sitio tuvo su inicio desde hace 10 años aproximadamente. En él se encuentran construcciones de madera con toques modernos como también se pueden hallar casas típicas y ancestrales propias de la zona.

VÍAS DE ACCESO

La principal vía de acceso hacia la comunidad es Calceta- Canuto, presentando la carretera asfaltada.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS

ACTUALES:

El Paraje Quinta Colina del Sol cuenta con una variedad de colecciones así tenemos:

- 1) Piezas de herramientas usadas típicamente en labores diarias en el campo así tenemos: cierras, escopetas, indumentaria, camas, jaulas, maletas, ahumadores, alforjas, etc.
- 2) Llama mucho la atención la zona de versos tallados en troncos en donde se aprecian apodos de la región, canciones típicas, frases y dichos de la región, contrapuntos, chigualos, leyendas, etc.).
- 3) Existe cierta variedad de artesanías en zapan, plátano, y otros materiales propios de la zona.

4) Cabe mencionar que se pueden adquirir libros de tradición oral de la provincia de Manabí escritos por el autor y propietario de la Quinta el Lcdo., Eumeny Candelario Álava Párraga

En su mayoría los elementos que se exponen en el lugar son auténticos, razón por la cual el valor cultural que posee este sitio es muy alto.

El sitio ocupa aproximadamente 4 cuadras de extensión, en el mismo se halla el museo antropológico – cultural, manifestaciones folclóricas, zona de versos tallados en troncos de madera, artesanías hechas en Zapán, cuadros de paisajes elaborados por el propio dueño, construcciones de caña – madera. En el centro del lugar se encuentra la casa propia de la zona rural, hecha de caña y techo de cade, con escalera rustica, a la entrada tenemos un balcón con flores, una sala y comedor con bancos de madera y en la cocina un horno y molador. Posee un comedor en donde se puede degustar la comida típica criolla. Además de esta variedad de material turístico que posee se encuentran objetos como fotografías de la historia del cantón y de acontecimientos de relevancia que forman parte ya de la historia de todo el cantón y porque no de la provincia.

En la actualidad la Quinta Colina del Sol se ha modificado para variedad de los turistas propios y extraños que llegan a la misma, se mencionan nuevas construcciones, con las mismas características propias e innatas de la zona, se realizan ahora más eventos en donde se destacan y rescatan los productos de la zona como el cacao, café entre otros.

POTENCIALES

En la Quinta Colina del Sol se podrían hacer otras nuevas alternativas dentro de lo que vende este lugar dentro de la actividad turística, actividades como nuevos eventos ya distribuidos por toda la provincia, creaciones de nuevos platos gastronómicos que sumen a la variedad de la gastronomía manabita, creación de nuevas artesanías a base de otros materiales pero propios de la zona, que siempre destaquen y rescaten lo innato de Bolívar, estas actividades solo como ideas para la variedad y la innovación de lo que ofrece el propietario del establecimiento.



Figura N° 2

ARTESANÍAS EN BARRO (CABELLO)

DESCRIPCIÓN:

La comunidad de cabello está localizada a 2km de la ciudad de calceta, la particularidad de la mencionada comunidad es la elaboración de artesanías a base de barro, tales como ollas, vasijas, botijas y cucharas, entre otras.

La Familia Loor es la que directamente se encarga de la elaboración de las artesanías, cabe mencionar que este oficio es el sustento de la misma.

Además se detalla que la venta de estos elaborados se la realiza a orillas de la carretera Calceta-Canuto, y se la realiza diariamente.

VÍAS DE ACCESO.

La vía de acceso hacia el lugar donde se encuentran la venta de las artesanías en barro, es una vía asfaltada, los medios de transporte para acceder al sitio son los buses de transporte público como son las cooperativas de buses, Canuto, Calceta, San Cristóbal, Reina de Camino, taxis y motocicletas. La vía Canuto-Chone-Calceta. Posee una temporalidad durante todo el año.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS

ACTUALES:

Dentro de las actividades actuales que se presentan en la comunidad, existe la Quinta Colina del Sol, también propia de la zona, y dentro de lo que es el recurso mismo, hasta el momento solo se menciona la producción artesanal de barro, con los elaborados ya mencionados anteriormente.

POTENCIALES:

Recursos potenciales se podrían mencionar para este recurso la innovación y mayor producción de los objetos elaborados en barro, quizá se podría hacer énfasis en un convenio con la municipalidad o quizá con la Espam para poder realizar proyectos de vinculación para el rescate de las tradiciones propias de la zona de Bolívar, esto se podría dar a manera de talleres que enseñen la elaboración de los mismo, de esta manera se apoyaría a la familia para que exista un nuevo ingreso, por consiguiente se estaría rescatando y optimizando las tradiciones propias de la zona.



Figura N° 3

COMUNIDAD Y CASCADA PRIMERA PIEDRA:**DESCRIPCIÓN:**

Se encuentra ubicada a unos 30 kms de la cabecera cantonal Calceta, en la comunidad de Primera Piedra, cabe mencionar de manera resaltante que dentro de la misma comunidad existen en la actualidad tres cascadas llamadas de la misma manera pero enumeradas (cascada primera piedra 1-2-3).

La actividad turística que existe en estas cascadas es meramente utilizada por la misma comunidad durante días feriados, es decir que la población de la misma aprovecha sus propios recursos para su disfrute; ya que en la actualidad no existe afluencia turística de manera periódica en dicho recurso.

VÍAS DE ACCESO:

Según el inventario turístico del cantón Bolívar (2011), la cascada se encuentra ubicada en la Parroquia Membrillo; está Localizada fuera de la comunidad local, a más de 16 km, muy cercano a la parroquia Quiroga. Las

vías de acceso se mantienen durante todo el año, lastrada, no existe señalización vial ni turística. Los medios con los que se puede acceder a la cascada es por medio terrestre, el tipo de transporte es mediante bus, taxi o camioneta.

El atractivo puede disfrutarse durante todo el año, pero en la actualidad no es utilizado por la comunidad local, demandado durante los días feriados por parte de la comunidad, y su frecuencia es inexistente.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS:

ACTUALES:

De acuerdo con Doumet, (2013), se pueden realizar caminatas, camping, observación de fauna y flora, recreación, gastronomía tradicional, venta de artesanías, entre otras. No existen facilidades turísticas e información sobre el recurso. Este es un área con abundante producción agrícola y pecuaria.

POTENCIALES

Como recursos potenciales de las cascadas se puede mencionar a las familias locales las cuales podrían mejorar el trabajo en la elaboración de productos tradicionales y la participación en las prácticas de sus tradiciones, se pueden implementar una cadena de hospedajes comunitario e integrar toda la región.



Figura N° 4

CASCADA CHAPULÍ:

DESCRIPCIÓN:

Según datos de la Municipalidad de Bolívar (2011), la cascada de Chapulí se encuentra ubicada a 26 km de la cabecera cantonal calceta, tiene una altura

de 15 mt, ancho tres mt, su caudal es intermitente, se puede disfrutar durante la temporada invernal.

En sus alrededores se encuentra esta área intervenida por la actividad ganadera.

VÍAS DE ACCESO:

Las vías de acceso se mantienen por temporada, lastrada, no existe señalización vial ni turística. Los medios utilizados para poder acceder a la cascada es de manera terrestre, el tipo de transporte es el bus y las camionetas, motos.

La temporalidad de acceso a la cascada es durante todo el año, en la actualidad es utilizado por la comunidad local, demandado durante los días feriados por parte de la comunidad.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS:

ACTUALES:

Presenta facilidades para la prestación de servicios y actividades turísticas. Las principales actividades turísticas con las que cuenta son las caminatas, paseos a caballo, visitas guiadas, camping, observación de flora y fauna.

POTENCIAL

El potencial turístico que posee la cascada es variado, se puede enfatizar en los deportes de aventura (tubing, escalada acuática, pesca artesanal) estas solo mencionan como las más acordes para este tipo de recurso.



Figura N° 5

CASCADA DE JULIÁN

DESCRIPCIÓN:

Se encuentra ubicada en la Parroquia de Quiroga en el sitio de Julián. Cuenta con una caída de agua de aproximadamente cuatro metros de altura, formando finalmente una pequeña piscina natural de agua cristalina, que nos incita a tomar un refrescante baño. Tiene una belleza particular, muy propicia para los amantes de la naturaleza, del camping y del aire libre.

VÍAS DE ACCESO:

La vías de acceso es de tipo lastrada sin señalización vial ni turística, los medios de con los cuales se pueden llegar a la cascada, es por medio terrestre, mediante bus, taxis, camionetas motos u otro tipo de transporte. La temporalidad idónea para poder visitar el recurso es durante todo el año preferiblemente en días feriados.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS:

ACTUALES

Dentro de las actividades turísticas que se pueden realizar en las cascadas de Julián tenemos, Visitas Guiadas, Observación de Flora y Fauna, Gastronomía, Picnic, se mencionan algunas como las actividades actuales con las que cuenta la cascada de Julián.

POTENCIALES:

Actividades potenciales dentro de la cascada son mencionadas los deportes de Aventuras/Riesgo, tales como regatas, tubing, canopying, escalada, eventos de temporadas como elecciones para temporada de carnaval, festivales gastronómicos; en donde los mismos habitantes den a conocer sus cualidades en estos aspectos y sean ellos mismos los propios beneficiados de su trabajo, estas actividades podrían ser de mucho beneficio para la comunidad y por ende ser un detonante para que exista en mayor porcentaje la actividad turística en la comunidad.



Figura N° 6

COMUNIDAD LA ESPERANZA REPRESA SIXTO DURAN BALLÉN

DESCRIPCIÓN:

La comunidad de la Esperanza está localizada a unos pocos km de la Parroquia de Quiroga, es una pequeña comunidad la cual está a pocos metros de la Presa Sixto Duran Vallen, además posee la característica de que a ella llegan a desembarcar algunas cooperativas de la ciudad de Calceta, y además llegan algunas canoas con tripulantes de algunas otras comunidades aledañas a la Esperanza.

VÍAS DE ACCESO:

En lo que respecta a la accesibilidad a la Esperanza, cuenta con una vía asfaltada, por la cual transitan flota de buses que de la cooperativa Ciudad de Calceta, y otras cooperativas que solo circulan por la vía a otros destinos. Cabe mencionar que para poder acceder a la comunidad esta cuenta con disponibilidad durante todo el año, además se puede acceder desde buses, taxis, bicicletas, motos, etc.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS

ACTUALES:

En la comunidad la Esperanza actualmente se realizan actividades donde se promueve la gastronomía tradicional propia de Manabí la cual está a la venta en pequeños locales de comida ubicados en el Puerto de la Esperanza, también cabe mencionar que como está cerca de la presa con frecuencia se

realiza la actividad de pesca artesanal la misma es realizada por los mismo habitantes de la comunidad y también por otros pobladores aledaños, así mismo se mencionan la frecuencia de llegadas de personas de diversas partes que llegan al puerto en canoas.

POTENCIAL

Dentro de la comunidad de la Esperanza potencialmente existe la posibilidad de realizar proyectos de vinculación con la comunidad en donde puedan hacer recorridos guiados por toda la comunidad aprovechando los recursos con los que dispone.



Figura N°7

4.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

De acuerdo a todas y cada una de las características de mayor relevancia con la que cuentan las comunidades de San Miguel de Sarampión, Julián, La Esperanza, cascada Chapulí, Cabello, Primera piedra, podemos confirmar que las mismas hoy mencionadas disponen de un considerable potencial turístico dentro en lo que concierne al turismo Comunitario, además disponen de muchas oportunidades de emprendimiento beneficioso para mejorar su calidad de vida.

Al elaborar el análisis de la oferta turística del objeto de estudio se distinguió que existe cierta infraestructura de turismo comunitario, agroturismo, entre otras actividades representativas de estas comunidades propias de la Provincia de Manabí.

En la actualidad no todas las comunidades disponen de facilidades turísticas, de las ya mencionadas solo la Finca Sarita y el Paraje natural y cultural Quinta colina del sol, facilidades que son aprovechadas por los turistas que las visitan.

4.3.1. OFERTA TURÍSTICA COMPLEMENTARIA DEL CANTÓN BOLÍVAR

Se muestra en el Catastro turístico de Bolívar, datos en donde se da a conocer los servicios de la oferta turística del Cantón distribuida de la siguiente manera:

En el área de Hospedaje dentro de la segunda categoría se registran 5 establecimientos de este orden, en cuanto a la tercera categoría encontramos 3 locales de hospedaje ubicados en este tipo, obteniendo un total de 8 negocios de esta categoría.

En cuanto a Restauración ubicamos 7 establecimientos de segunda categoría, de tercera categoría se dan a conocer 2 locales, y en cuanto a la cuarta categoría distinguimos 14 establecimientos.

Referente a los centros de diversión se dan a conocer 15 establecimientos localizando 1 establecimiento de segunda categoría.

Estos datos se registran en el Catastro de la municipalidad del Cantón Bolívar y los mismos nos colaboran como complemento de la oferta turística, ya que Calceta es la Cabecera Cantonal y la que más se acerca a las facilidades turísticas.

TABLA N.1: ÁREA DE RESTAURACIÓN
FUENTE: CATASTRO DEL CANTÓN BOLÍVAR (2013)

ESTABLECIMIENTO	TIPO DE SERVICIOS	DIRECCIÓN
El Sabor del Balsero	Restaurant	10 de agosto y Ricaurte.
Restaurant Justo Juez	Restaurant	Granda Centeno diagonal Tía.
Restaurant Gemita	Restaurant	Bolívar y Granda Centeno.
Restaurant Valencia	Restaurant	Chile y Ricaurte
Restaurant Juanita	Restaurant	Chile y Ricaurte
Picantería Flipper	Cevichería	Chile y Ricaurte.
Restaurant y Picantería Gemita	Restaurant/ cevichería	Ricaurte y Chile.
Restaurant Massielita	Restaurant	Ricaurte y Chile.
Restaurant La Olla	Restaurant	San Bartolo, Av. los Almendros
Restaurant Diana	Restaurant	Sucre y Granda Centeno.
El Clásico	Restaurant	Bolívar y Ricaurte.
Corazón Contento	Restaurant	Bolívar y César O Villamar.
Nahomi	Restaurant	Bolívar y César O Villamar.
Restaurant Andreita	Restaurant	Ricaurte y Salinas.
Picantería Chavito	Cevichería	José María Huerta y Salinas.
El auténtico portal de Felipe	Restaurant	Salinas y Sergio Domingo D.
Picantería el CHE	Cevichería	Av.13 de Octubre/ Av. Estudiantil
Picantería el Mesón del Mar	Cevichería	Salinas y César O, Villamar.
Restaurant Carrizal Inn	Restaurant	José María Huerta y Salinas.
Comedor Tía María	Restaurant	Salinas y César O Villamar.
Picantería Sol de Manta	Cevichería	Granda Centeno y Chile.
Restaurant Laurita	Restaurant	Ricaurte.
La Sazón del Negro	Restaurant	10 de Agosto.
Montecristo	Restaurant	10 de agosto diagonal Plaza C.
Mami Nina	Restaurant	10 de agosto

Fuente: Elaborado por las autoras.

TABLA N.2: ÁREA DE ALOJAMIENTO
FUENTE: CATASTRO DEL CANTÓN BOLÍVAR (2013)

HOSTAL GALICIA	MIGUEL BONILLA DUEÑAS	10 DE AGOSTO Y CALDERÓN
HOSTAL CACAO	LOURDES LOOR RENGIFO	SALINAS AV. CDLA.MAESTRO
HOSTAL BOLÍVAR	FERNANDO TORRES	CALLE SALINAS Y PICHINCHA
HOSTAL SAN PLACIDO	PLÁCIDO ZAMBRANO	GRANDA CENTENO Y CHILE
HOSTAL MI HOTEL	ELÍAS BASURTO	RICAUARTE Y CHILE
HOSTAL CARRIZAL INN	DARÍO DAVID VÉLEZ	JOSÉ MARIA HUERTA Y SALINAS
HOTEL CALCETA	LENIN BASURTO	AV.13 DE OCTUBRE Y AV. ESTUDIANTIL
HOSTAL MANGO.		
HOSTAL BICENTENARIO.		

Fuente: Elaborado por las autoras.

TABLA N.3: RECURSOS TURÍSTICOS
FUENTE: CATASTRO DEL CANTÓN BOLÍVAR (2013)

NOMBRE	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Finca Orgánica Sarita	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas y Científicas	Explotaciones Agropecuarias.
Gastronomía	Manifestaciones Culturales.	Etnografía	Comidas y Bebidas Típicas.
Paraje Natural y Cultural “ Quinta Colina del Sol”	Manifestaciones Culturales.	Históricas	Museos
Artesanías en Barro	Manifestaciones Culturales.	Etnografía	Artesanías
Cascada de Chapulí	Sitio Natural	Ríos	Cascadas
Cascada de Julián	Sitio Natural	Ríos	Cascada
Cascadas Primera piedra	Sitio Natural	Ríos	Cascadas o caídas de agua
Presa la Esperanza	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Obras técnicas

Fuente: Elaborado por las autoras.

4.4. ANÁLISIS DAFO DEL ÁREA DE ESTUDIO

INTRODUCCIÓN:

Las comunidades de Sarampión, Julián, Cabello, Chapulí, La Esperanza, Primera piedra se encuentran ubicadas en un radio aproximado de 30 km de la cabecera cantonal de Calceta, las misma cuentan con algunas facilidades de carácter turístico que hacen énfasis en el área de turismo comunitario, se menciona que las actividades con las que cuentan son de restauración en donde casi todas las comunidades debutan la gastronomía tradicional de Manabí, por consiguiente también algunas como la Finca Orgánica Sarita brindan el área de hospedaje y otras cualidades en lo que respecta el agroturismo, así mismo se presentan manifestaciones de orden cultural como el rescate de actividades y elaboración de artesanías. El análisis de la matriz DAFO va a evaluar las características y potencialidades de los recursos turísticos estudiados.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Facilidad de acceso a los recursos. ➤ Conservación de las tradiciones artesanales del Cantón en general. ➤ Recursos con potencialidad turística (naturales/culturales) en el cantón Bolívar ➤ Clima agradable ➤ Características intangibles actitud y aptitud para el servicio, amabilidad) de los habitantes del Cantón al momento de recibir a personas de otros lugares, lo cual ayudará en la atención al cliente en los diferentes recursos existentes. ➤ Se conserva la identidad cultural del montubio manabita por gestores culturales y habitantes del sector rural. ➤ Precios de los productos y servicios accesibles turista. ➤ Existe variedad de flora y fauna, y una vasta producción agrícola y pecuaria dentro de todo cantón. ➤ Interés por parte de la población en incursionar en el turismo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desconocimiento de los habitantes de ciertas comunidades con respecto a la potencialidad turística que poseen las comunidades inmersas en la investigación propuesta. ➤ Desestimación por parte de las autoridades competentes, en cuanto al potencial turístico existente en el cantón. ➤ Falta de planificación turística para el desarrollo del sector rural. ➤ Deficiencias en los servicios básicos públicos. ➤ Personal sin asesoramiento y conocimiento técnico en el ámbito turístico. ➤ Poca promoción turística por parte del Ministerio de Turismo. ➤ Inexistente señalización vial y turística en zonas rurales. ➤ Inexistencia de productos turísticos desarrollados ➤ Inexistencia de infraestructura turística deficiente vías de acceso a varios sitios de interés
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Las nuevas tendencias turísticas direccionadas al turismo comunitario fortalecidas en el PLANDETUR 2020 ➤ Inclusión y fortalecimiento del Turismo Comunitario en Bolívar ➤ Elaboración de nuevos proyectos enfocados al desarrollo del turismo en el Cantón Bolívar. ➤ Cercanía a la cabecera cantonal Calceta y a otros recursos turísticos. ➤ Asociación con la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí mediante su vinculación con proyectos turísticos. ➤ El aporte que actualmente está brindando el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar en cuanto al turismo de Bolívar. ➤ Importancia de Campañas publicitarias que está proyectando el Ministerio de Turismo para potencializar el turismo a nivel mundial, nacional y provincial del Ecuador. ➤ Variedad de flota de transportes para acceder a los recursos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Vulnerabilidad a riesgos naturales antrópicos ➤ Incumplimiento de planes de organismos nacionales, provinciales, cantonales parroquiales ➤ Competencia Potencial ➤ Inseguridad política y social. ➤ Inadecuado manejo de los recursos por parte de los gestores locales. ➤ Inseguridad económica.

Fuente: Elaborado por las autoras.

ESTRATEGIAS DE LA MATRIZ DAFO

ESTRATEGIA FO	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar planes de revalorización y promoción de los recursos turísticos, mediante alianzas con instituciones del cantón Bolívar. - Elaborar productos turísticos que diversifiquen y fomente la actividad turística sostenida.
ESTRATEGIA FA	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitaciones al personal inmerso dentro de las actividades turísticas. - Elaborar gestiones de desarrollo turístico, en donde se planifique nuevas plazas de empleo con una previa capacitación para que la inestabilidad económica que existe en el cantón se logre disipar en un alto porcentaje.
ESTRATEGIA DO	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar un plan piloto en conjunto con el municipio y la universidad con el fin de asesorar en el ámbito turístico al personal competente enmarcado dentro de la aérea turística. - Determinar campañas de promoción turística del Cantón Bolívar en conjunto con el GAD municipal y la universidad con el fin de fortalecer el turismo comunitario y aportar nuevas ideas y estrategias para campañas publicitarias.
ESTRATEGIA DA	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer convenios con entidades dedicadas al desarrollo de la investigación en diferentes áreas. - Mantener relaciones continuas con instituciones especializadas en planificación y promoción turística. - Crear indicadores que mejoren la organización y la competitividad del GAD municipal. - Determinar nuevos métodos que mejoren el direccionamiento de la institución.

Fuente: Elaborado por las autoras.

4.5. ESTUDIO DE MERCADO

Se desarrolla mediante la aplicación del análisis del mercado tomando como base: estudios de la demanda, oferta, competidores, dando como resultado líneas estratégicas de promoción.

4.6. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Dentro de lo que concierne el previo análisis de la demanda, se detalla que se realizó la aplicación de encuestas en la comunidad de Cabello, exactamente en el Paraje natural y cultural Quinta colina del sol, y específicamente en la comunidad de canoa perteneciente al cantón Sucre, cabe mencionar que Canoa fue utilizado como referente en cuanto a turismo comunitario por la presencia de la Finca "Rio Muchacho" el cual posee posicionamiento dentro de la provincia de Manabí, en cuanto a turismo comunitario respecta. Se detalla a continuación la muestra que se utilizó para la aplicación de las encuestas:

FÓRMULA

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

n= Tamaño de muestra

N= Tamaño de la población.

K= Nivel de confianza.

e²= Error que se pretende (0.05).

P= Éxito (0.5) (0.9).

q= Fracaso (0.5) (0.1).

$$n = \frac{7320 \times (1.96)^2 \times 0.05 \times 0.05}{(0.05)^2 \times (7320-1) + (1.96)^2 \times 0.05 \times 0.05}$$

$$n = \frac{7320 \times 3.84 \times 0.25}{0.0025 \times 7.319 + 3.84 \times 0.25} = \frac{7.027}{19.25}$$

TOTAL: 240 Encuestas.

A continuación se detallan el resultado de la aplicación de las encuestas, las cuales servirán para el previo análisis de la demanda.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Cuadro 1.1

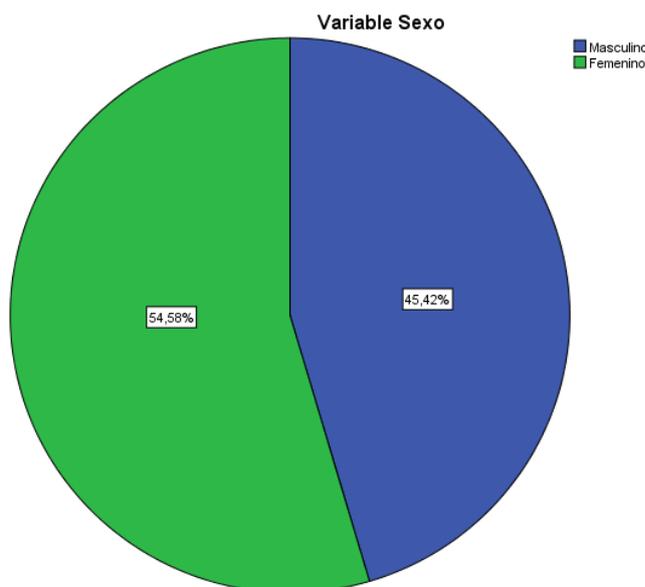
“Estudio de las Encuestas sobre oferta y demanda”

1.- ¿Sexo?

Variable Sexo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	109	45,4	45,4
	Femenino	131	54,6	100,0
	Total	240	100,0	100,0

Grafico 1.1



Autor: Elaboración Propia.

Análisis: Según el análisis de la variable de sexo se pudo determinar que el 54,6% corresponde al sexo femenino y un 45,4% corresponde al sexo masculino. Del cual se refleja que el sexo femenino es predominante dentro de nuestras encuestas realizadas a los turistas.

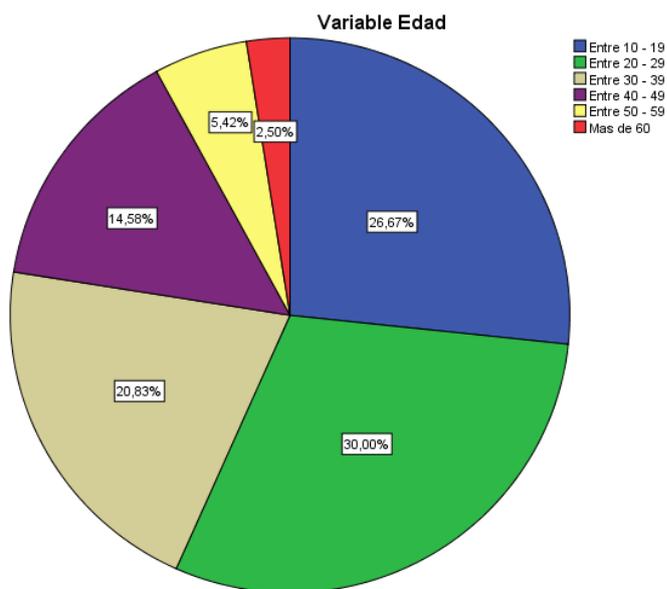
Cuadro 1.2

2.- ¿Edad?

Variable Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Entre 10 - 19	64	26,7	26,7	26,7
Entre 20 - 29	72	30,0	30,0	56,7
Entre 30 - 39	50	20,8	20,8	77,5
Entre 40 - 49	35	14,6	14,6	92,1
Entre 50 - 59	13	5,4	5,4	97,5
Más de 60	6	2,5	2,5	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Gráfico 1.2



Autor: Elaboración Propia.

Análisis: Según la apreciación grafica indica que el porcentaje más alto entre las personas encuestadas es de un 30% de los cuales corresponden a edades de entre 20-29 años y el porcentaje más bajo que es de un 2,5% que corresponde a visitantes de entre más de 60 años.

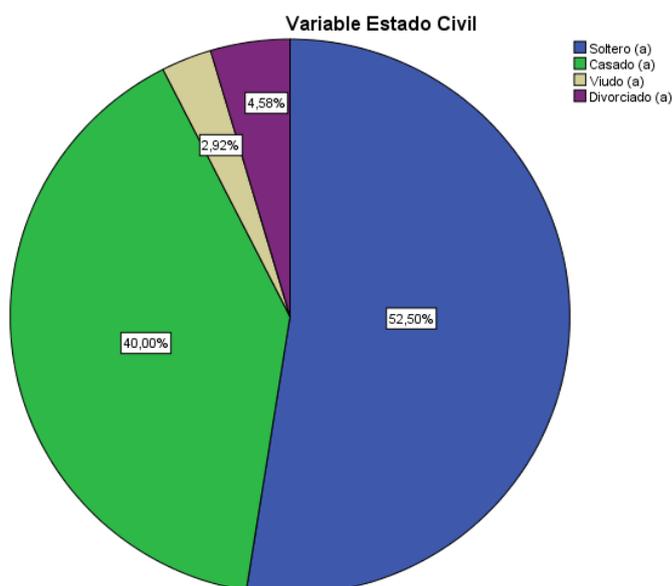
Cuadro 1.3

3.- ¿Estado Civil?

Variable Estado Civil

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Soltero (a)	126	52,5	52,5
	Casado (a)	96	40,0	92,5
	Viudo (a)	7	2,9	95,4
	Divorciado (a)	11	4,6	100,0
	Total	240	100,0	100,0

Grafico 1.3



Autor: Elaboración Propia.

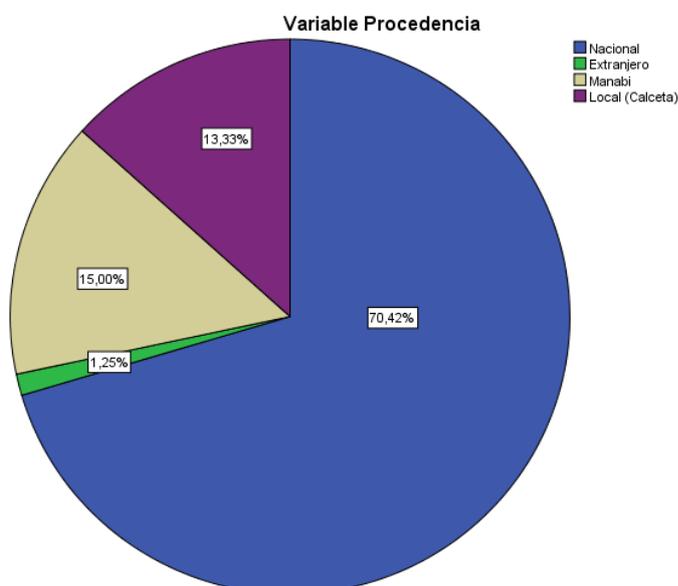
Análisis: El 52,5% hace como referencia que el estado civil predominante dentro de la encuesta, es la variable de soltero y que un mínimo porcentaje menciona que el 2,92% es de un estado civil de viudo.

Cuadro 1.4
4.- ¿Procedencia de la demanda?

Variable Procedencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nacional	169	70,4	70,4	70,4
Extranjero	3	1,3	1,3	71,7
Manabí	36	15,0	15,0	86,7
Local (Calceta)	32	13,3	13,3	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Gráfico 1.4



Autor: Elaboración Propia.

Análisis: Se pudo analizar mediante las encuestas que un 70,4% de la procedencia de los turistas corresponden a nacionales y que un mínimo de 1,25% corresponde a turistas extranjeros.

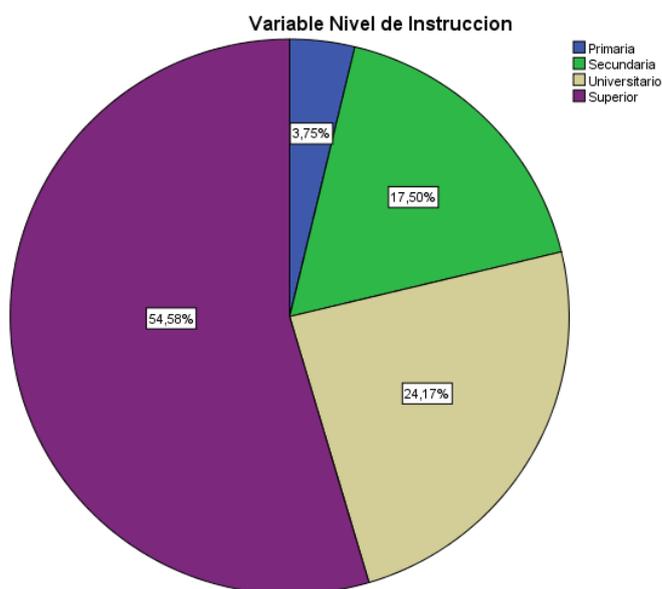
Cuadro 1.5

5.- ¿Nivel de Instrucción?

Variable Nivel de Instrucción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	9	3,8	3,8	3,8
Secundaria	42	17,5	17,5	21,3
Válidos Universitario	58	24,2	24,2	45,4
Superior	131	54,6	54,6	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Gráfico 1.5



Autor: Elaboración Propia.

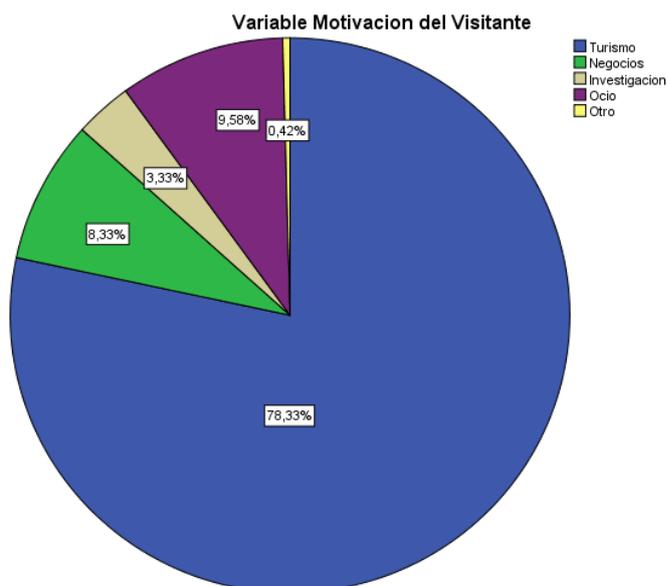
Análisis: Según la variable de instrucción nos menciona que el 43,3% tiene un nivel de formación secundaria y que 5% corresponde a un nivel de formación de primaria.

Cuadro 1.6

6.- ¿Cuál es el motivo por el que realiza un viaje?

Variable Motivación del Visitante				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Turismo	188	78,3	78,3
	Negocios	20	8,3	86,7
	Investigación	8	3,3	90,0
	Ocio	23	9,6	99,6
	Otro	1	,4	100,0
	Total	240	100,0	100,0

Gráfico 1.6



Autor: Elaboración Propia.

Análisis: Según el análisis de la valoración se pudo determinar que el 78,3% de los visitantes tienen como motivación el turismo y un 0,42% tienen otros motivos para viajar.

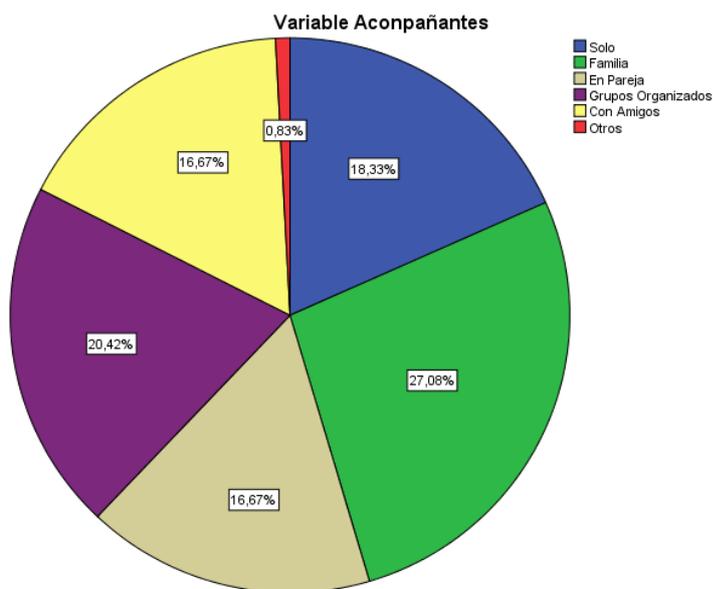
Cuadro 1.7

7.- ¿Cómo realiza los viajes?

Variable Acompañantes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Solo	44	18,3	18,3	18,3
Familia	65	27,1	27,1	45,4
En Pareja	40	16,7	16,7	62,1
Válidos Grupos Organizados	49	20,4	20,4	82,5
Con Amigos	40	16,7	16,7	99,2
Otros	2	,8	,8	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Gráfico 1.7



Autor: Elaboración Propia.

Análisis: Según el gráfico se menciona que un 27,6% de los turistas viajan en familia y que un porcentaje minoritario del 0,83% prefiere otras opciones.

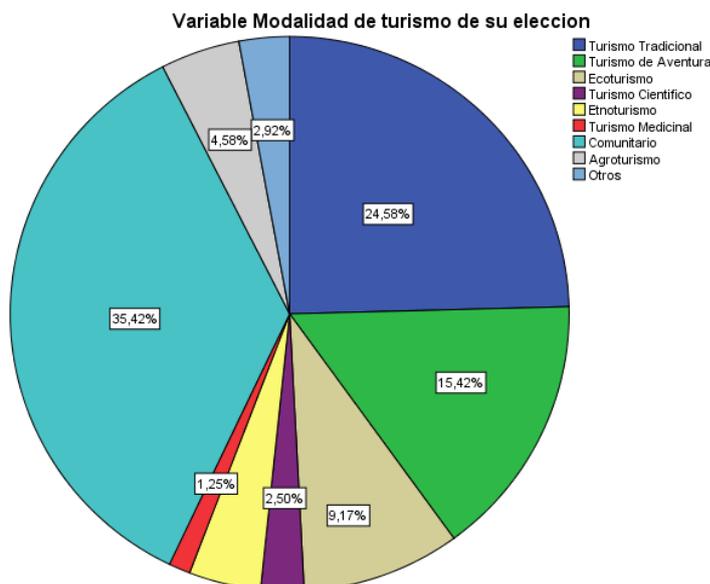
Cuadro 1.8

8.- ¿De las siguientes modalidades del turismo cual usted prefiere?

Variable Modalidad de turismo de su elección

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Turismo Tradicional	59	24,6	24,6	24,6
Turismo de Aventura	37	15,4	15,4	40,0
Ecoturismo	22	9,2	9,2	49,2
Turismo Científico	6	2,5	2,5	51,7
Enoturismo	10	4,2	4,2	55,8
Turismo Medicinal	3	1,3	1,3	57,1
Comunitario	85	35,4	35,4	92,5
Agroturismo	11	4,6	4,6	97,1
Otros	7	2,9	2,9	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Grafico 1.8



Autor: Elaboración Propia.

Análisis: El 52,08% tienen como preferencia el turismo tradicional y que un porcentaje minoritario de un 1,25% tiene una elección del turismo medicinal.

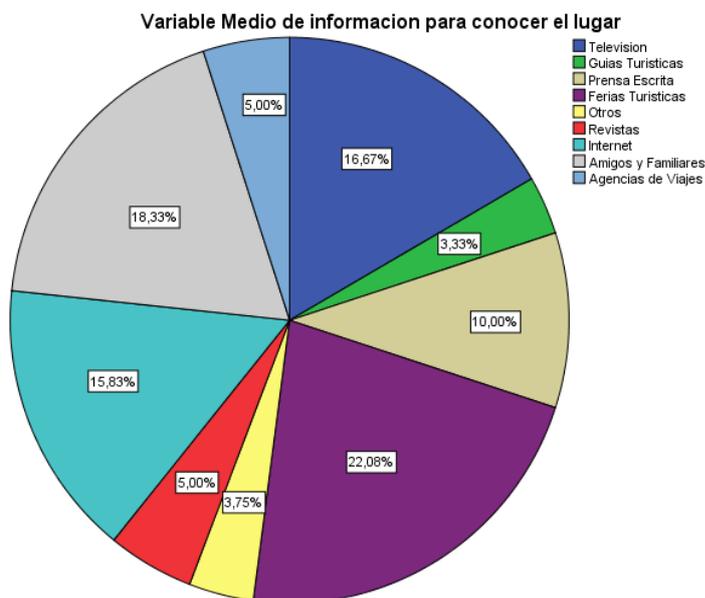
Cuadro 1.9

9.- ¿A través de qué medios usted se informa de nuevos sitios turísticos?

Variable Medio de información para conocer el lugar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Televisión	40	16,7	16,7	16,7
Guías Turísticas	8	3,3	3,3	20,0
Prensa Escrita	24	10,0	10,0	30,0
Ferías Turísticas	53	22,1	22,1	52,1
Otros	9	3,8	3,8	55,8
Revistas	12	5,0	5,0	60,8
Internet	38	15,8	15,8	76,7
Amigos y Familiares	44	18,3	18,3	95,0
Agencias de Viajes	12	5,0	5,0	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Gráfico 1.9



Autor: Elaboración Propia.

Análisis: Según el análisis de la variable mencionan que un 22,08% se informan por medio de ferías turísticas y que un 3,33% se informa por medio de guías turísticas.

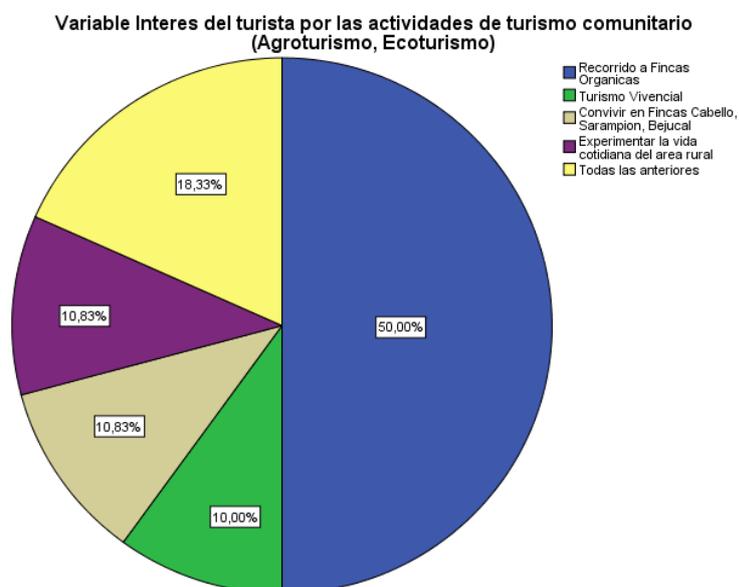
Cuadro 1.10

10.- ¿Le gustaría realizar actividades comunitarias?

Variable Interés del turista por las actividades de turismo comunitario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Recorrido a Fincas Orgánicas	120	50,0	50,0
	Turismo Vivencial	24	10,0	60,0
	Convivir en Fincas Cabello, Sarampión, Bejucal	26	10,8	70,8
	Experimentar la vida cotidiana del área rural	26	10,8	81,7
	Todas las anteriores	44	18,3	100,0
	Total	240	100,0	100,0

Figura 1.10



Autor: Elaboración Propia.

Análisis: El 50% de los turistas hace mención que desearían realizar recorridos a fincas orgánicas y que un 10% desearían realizar un turismo vivencial.

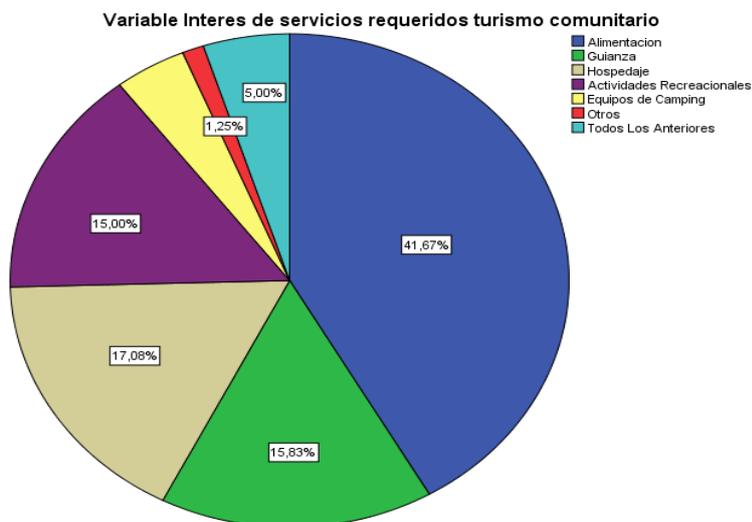
Cuadro 1.11

11.- ¿Durante la realización de turismo comunitario, con qué servicios le gustaría contar?

Variable Interés de servicios requeridos turismo comunitario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alimentación	100	41,7	41,7	41,7
Guianza	38	15,8	15,8	57,5
Hospedaje	41	17,1	17,1	74,6
Actividades Recreacionales	36	15,0	15,0	89,6
Equipos de Camping	10	4,2	4,2	93,8
Otros	3	1,3	1,3	95,0
Todos Los Anteriores	12	5,0	5,0	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Grafico 1.11



Autor: Elaboración Propia.

Análisis: Según señala el gráfico que los servicios que más requieren los turistas es la alimentación con un porcentaje del 41,67% y otros mencionan que requieren otro tipo de servicio.

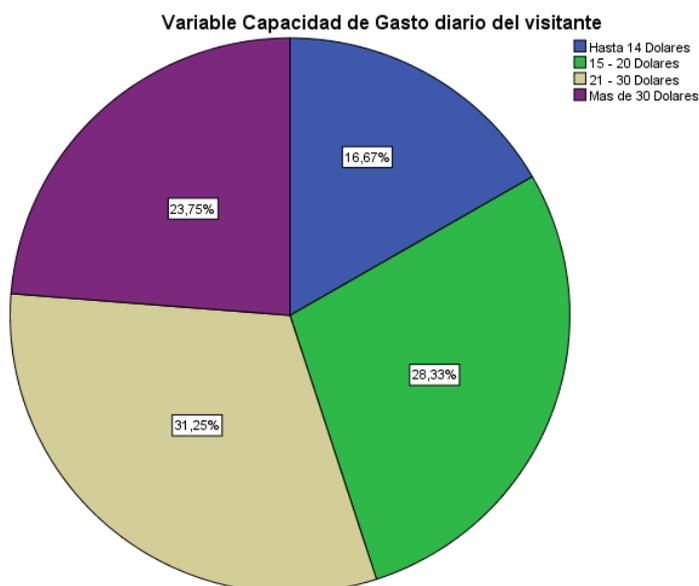
Cuadro 1.12

12.- ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en el desarrollo de actividades de turismo en el área rural?

Variable Capacidad de Gasto diario del visitante

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Hasta 14 Dólares	40	16,7	16,7	16,7
15 - 20 Dólares	68	28,3	28,3	45,0
Válidos 21 - 30 Dólares	75	31,3	31,3	76,3
Más de 30 Dólares	57	23,8	23,8	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Grafico 1.12



Autor: Elaboración Propia.

Análisis: Según el grafico menciona que la capacidad de gastos de un turista es de entre 21-30 dólares que eso corresponde al 31,25% y que 16,67% tiene solo una capacidad de gastos diarios hasta 14 dólares.

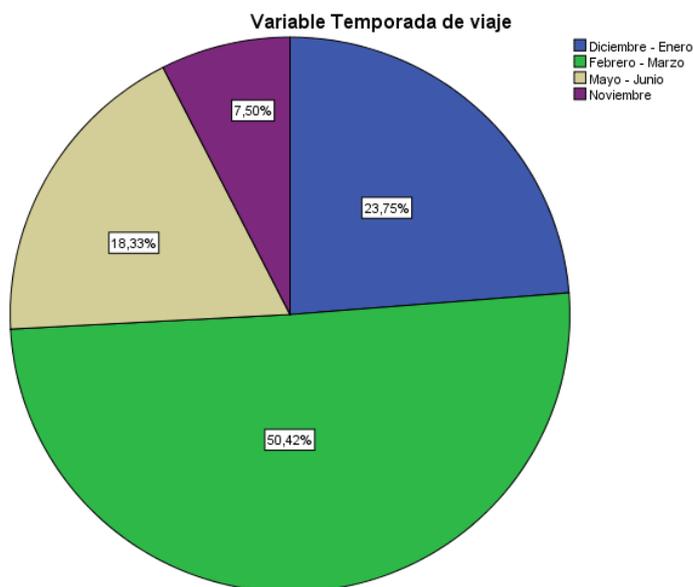
Cuadro 1.13

13.- ¿En qué meses del año usted está dispuesto en condiciones de viajar?

Variable Temporada de viaje

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Diciembre - Enero	57	23,8	23,8	23,8
Febrero – Marzo	121	50,4	50,4	74,2
Válidos Mayo – Junio	44	18,3	18,3	92,5
Noviembre	18	7,5	7,5	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Gráfico 1.13

**Autor:** Elaboración Propia.

Análisis: El 50,42% mencionan que prefieren viajar en los meses de Febrero – Marzo que son en las temporadas de carnaval y semana santa y un 7,50% prefieren viajar en el mes de Noviembre.

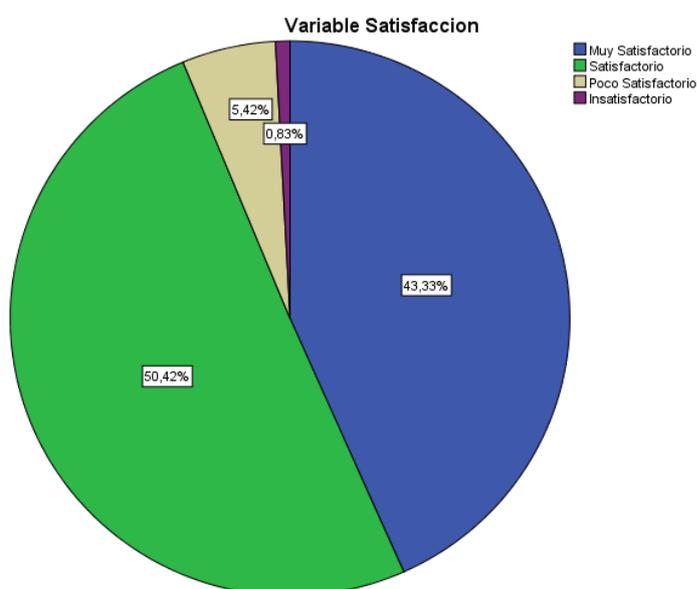
Cuadro 1.14

14.- ¿De acuerdo a su experiencia en cualquiera de las actividades realizadas cómo califica el servicio brindado?

Variable Satisfacción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Satisfactorio	104	43,3	43,3	43,3
Satisfactorio	121	50,4	50,4	93,8
Válidos Poco Satisfactorio	13	5,4	5,4	99,2
Insatisfactorio	2	,8	,8	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Grafico 1.14



Autor: Elaboración Propia.

Análisis: El 50,42% mencionan que se sienten satisfechos con los servicios ofrecidos y que un 0,83% se sienten insatisfechos con los servicios que les han ofrecido.

4.7. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS.

El análisis general de las encuestas menciona que el principal motivo de viaje es el turismo, con un nivel de instrucción superior y los principales medios de información son las ferias turísticas, ya que prefieren un turismo comunitario para realizar recorridos en fincas orgánicas con el fin de aprender las labores cotidianas de los habitantes de dichas comunidades.

4.8. ANÁLISIS DEL PERFIL DEL VISITANTE

El resultado que han arrojado las encuestas realizadas ayudaron a determinar de manera específica el perfil de los clientes potenciales que estén interesados en visitar las comunidades de Julián, Chapulí, Cabello y Cabello y Primera piedra.

De acuerdo con los datos obtenidos se conoce que la mayoría de los clientes son procedentes de Ecuador, también se menciona que la edad que oscila entre los turistas está entre los 20 y 29 años, los datos del estado civil nos determinan que el mayor porcentaje lo encabezan los solteros, y seguidamente se mencionan a los casados, el nivel de instrucción que encabezan los resultados es el nivel universitario, seguidamente se conoce que los ingresos con los que cuentan para realizar las actividades turísticas está entre los 21 a 30 dólares.

Se detalla que el motivo principal por el cual viajan los turistas es por turismo y ocio, siendo de mayor preferencia el turismo comunitario seguido por el turismo de sol y playa, para esto los principales medios de comunicación que brindan información turística a nivel nacional son, las ferias turísticas, amigos y familiares, y la televisión.

La obtención de resultados obtenidos nos arroja que en un porcentaje considerable los turistas tienen una inclinación por el área de estudio mencionada, se detalla que las actividades que prefieren los turistas son la alimentación y la guía, y además también se mencionan las actividades turísticas de preferencia tales como: recorridos a fincas orgánicas con una mayor incidencia entre los turistas. El gasto diario que generalmente utilizan los turistas es de un promedio de 20 a más de 30 dólares.

4.9. MERCADO POTENCIAL

Con los resultados obtenidos con anterioridad se concluye que todos los productos y servicios con los que cuenta las comunidades de Julián, Chapulí, Esperanza, Cabello y Sarampión, y primera piedra van dirigidos a turistas nacionales a partir de los 20 años, estos turistas lo que buscan el descanso, la relajación y conocer variedad de actividades agro turísticas, comunitarias y culturales.

4.10. ESTRATEGIA DE MARKETING

Para poder acceder al mercado potencial, se lo va a hacer utilizando los principales medios o canales de distribución, que complementan la promoción de los productos turísticos.

Se va a brindar mayor énfasis en las alianzas para relacionarnos en trabajos conjuntos con las agencias de viajes, operadoras turísticas, radio, televisión, internet, etc. Estos mismos medios van a facilitar la promoción de los recursos mencionados en las comunidades ya mencionadas; para que de esta manera puedan captar afluencia de mayor cantidad de turistas a todos los centros emisores.

Cabe recalcar que las presentes estrategias surgen de los resultados mediante la aplicación de las encuestas.

4.11. ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Dentro de lo que conciernen las alianzas estratégicas utilizadas para lograr focalizar la promoción local y por ende coadyuvar a la promoción internacional, se menciona la participación de varias instituciones y fundaciones de orden público y privado. Estas alianzas serán de carácter directas a la actividad turística, tales como las GAD'S municipales a nivel nacional de manera generalizada, la Agencia Metropolitan Touring, Guacamayos Tour, ESPAM (MFL) unidad educativa de instrucción superior dentro de la localidad, la cual colabora con toda la comunidad local desde varios escenarios.

4.12. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

4.12.1. FERIAS TURÍSTICAS:

La apertura de la presente ruta, se iniciara en la participación en ferias turísticas nacionales, tal es el caso de la Feria Internacional de Turismo (FITE), esta feria se realiza en la ciudad de Guayaquil, la misma que se realiza de manera anual en el País.

Cabe mencionar que al utilizar estas estrategias de promoción se van crear alianzas con instituciones de varias índoles, las mismas que sirven de mucha ayuda para de cierta manera emprender negocios propios, gracias al intercambio de información brindada por aquellas instituciones que son participe de la feria,

4.12.2. REDES SOCIALES:

Es conocido por todo el mundo el gran aporte que brindan las redes sociales, por esta razón la utilización de esta herramienta tecnológica va a conseguir que la ruta turística se promocióne a gran escala a cientos de personas, mediante l utilización de las aplicaciones conocidas como HOTMAIL, FACEBOOK, INSTAGRAM, WHATSAAP, TWITER, estas como las más populares, y de las cuales se van a lograr grandes resultados de promoción.

4.12.3. TELEVISIÓN:

Al ser el medio de comunicación más tradicional en todo el mundo, se considera de acuerdo a las encuestas aplicadas, la creación de alianzas o acuerdos con ciertos canales nacionales para que dentro de programas turísticos promociónen la ruta que se manifiesta en el proyecto investigativo.

PRODUCTO DE TURISMO COMUNITARIO QUE FOMENTE EL DESARROLLO LOCAL EN EL CANTÓN BOLÍVAR.

PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN.

La SECTUR define al producto turístico como el conjunto de todos los atractivos, equipamientos y servicios (componentes tangibles - intangibles) así

como las infraestructuras de acceso y transporte que unen al destino con los mercados emisores. Menciona también la integración de diversos componentes controlados por diferentes organismos de la administración pública y por una variedad de operadores privados. Por otro lado el conjunto de los mismos ofrecen beneficios que tengan la capacidad de atraer a determinados grupos que consumidores, lo que buscan es la satisfacción que motiven y creen expectativas de acuerdo a las necesidades que ejerzan dentro de su tiempo libre.

MARCO LEGAL DEL PRODUCTO.

El producto de turismo comunitario que fomente el desarrollo local en el cantón Bolívar provincia de Manabí, se ha realizado sobre una base bastante sólida y firme que legalmente se sustenta con la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, en donde se busca el posicionamiento del turismo, para que fomente el desarrollo económico y social de todas aquellas comunidades, pueblos y nacionalidades del Ecuador.

Es de esta manera que la Federación Plurinacional de turismo comunitario del Ecuador, ayuda a impulsar, a rehabilitar las tradiciones y culturas de todas las comunidades del Ecuador, impulsando a trabajar en conjunto, y creando una autonomía y liderazgo a nivel nacional de lo que es el turismo comunitario, como eje de emprendimiento dentro de la comunidad local ayudando a la economía de los pueblos nacionales.

Por ende el diseño del producto turístico para el cantón Bolívar se proyecta en el enfoque y cumplimiento de varias actividades que direccionen el desarrollo turístico del cantón, creando y abriendo campo a que la actividad turística sea uno de los ejes de mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de todas las comunidades inmersas en el proyecto de investigación que se plantea.

DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

OBJETIVO GENERAL

Elaborar alternativas que solidifiquen el componente turístico de productos comunitarios, que contribuyan y fomenten el desarrollo local y turístico del cantón Bolívar provincia de Manabí.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar productos turísticos comunitarios en donde se promuevan recursos y potencialidades turísticas, que coadyuven al desarrollo local de las comunidades de San Miguel de Sarampión, Chapulí, Julián, Cabello, la Esperanza y Primera piedra, localidades del cantón Bolívar.
- Elaborar y posicionar al mercado nacional productos originales, innovadores, auténticos y de mejor calidad, con altos niveles de naturales y culturales, que colaboren a diversificar la oferta actual dentro del país.
- Concebir nuevas fuentes de empleos dentro de las localidades, que enfatizan en los territorios nuevas modalidades de desarrollo local.
- Obtener conseguir la satisfacción completa de los turistas o clientes quienes decidan elegir los servicios del producto turístico comunitario.

BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

El producto turístico que se plantea dentro del cantón Bolívar, es un conjunto de actividades, elementos y servicios, que al conjugarse de varias maneras arrojan resultados de factibilidad y direccionamiento encaminado a satisfacer muchas necesidades desde el punto de vista de quienes son los prestadores de servicios, y aquellos clientes que buscan un servicio o un deseo satisfecho. Dentro de lo que concierne el producto de turismo comunitario para el cantón Bolívar se plantean dos tipos de beneficiarios:

BENEFICIARIOS DIRECTOS

Se mencionan que los beneficiarios directos son todas las comunidades del cantón, de entre las que resaltan las presentes en el proyecto investigativo las mismas son las siguientes: Cabello, San Miguel de Sarampión, Julián, La Esperanza, Chapulí, Primera piedra. Se mencionan como beneficiarios directos, porque son aquellas a las cuales les va a mejorar su calidad de vida, al poder dar a conocer todos los recursos turísticos para de esta manera potencializar la actividad turística en cada una de las comunidades involucradas.

BENEFICIARIOS INDIRECTOS

Dentro del contexto a lo que se refiere el producto turístico se mencionan de igual manera a los beneficiarios indirectos, estos van a ser el cantón Bolívar, ya que al plantear que todas las comunidades ya mencionadas son los beneficiarios directos, porque su participación está involucrada directamente a la actividad turística, de esta manera se especifica que el cantón Bolívar es el beneficiario indirecto en todo el contexto del producto. Bolívar se va a beneficiar de manera general al aprovechar la fluidez productiva de sus comunidades y por ende, se va a conseguir que la economía local sea provechosa para ambos en calidad de desarrollo sostenible y sustentable.

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Dentro de lo que conlleva la elaboración del producto turístico comunitario, se menciona que el mismo se va a realizar en las comunidades de San Miguel de Sarampión, Julián, Chapulí, la Esperanza, Cabello Y Primera piedra, en lo que se va a hondar es en resaltar el componente turístico y la potencialidad de enfocar la proyección y la viabilidad del producto.

Dentro de las comunidades se mencionan características relevantes e interesantes de cada una de las comunidades que se detallan de manera breve de la siguiente forma:

CONCEPTO DEL PRODUCTO.	
NATURAL	Disfrute de una belleza única envuelta por la pureza de la naturaleza que solo la puede encontrar en las cascadas de Chapulí-Julián y la comunidad la Esperanza, en donde podrá vivir una experiencia inolvidable, disfrutando de la variedad de actividades recreativas encontradas únicamente en el cantón Bolívar.
CULTURAL	<p>Recuerda aquel pasado que se mantiene durante el tiempo, a través de las variadas actividades que tiene la Quinta colina del sol, como la realización de los juegos tradicionales que jugaban nuestros abuelos y padres y de la magnífica labor que realizan las familias alfareras de la comunidad de cabello, al recordar y mantener nuestras costumbres y tradiciones ancestrales, y como dejar a un lado la experiencia de manera vivencial de un turismo más natural, agrícola en el área de la finca Sarita, en donde se tiene la oportunidad de realizar senderismo, donde se tiene la oportunidad de cosechar su propio alimento y prepararlo, y sobre todo poder degustar los platos más ricos de nuestra gastronomía manabita, con exquisitos bocados como hechos por los dioses.</p> <p>Este recorrido en estas comunidades los hará vivir inolvidables recuerdos de lo que engloba la cultura manabita.</p>

Fuente: Elaborado por las autoras, (2015).

RECURSOS TURÍSTICOS DEL PRODUCTO

SAN MIGUEL DE SARAMPIÓN (FINCA ORGÁNICA SARITA)

La finca orgánica “Sarita” es un referente de muchos valores culturales turísticos propio del área rural del cantón, cuenta con variedad de actividades recreacionales tales como, el senderismo por toda el área de influencia de la finca, producción y recolección de productos como vegetales, legumbres, y variedad de árboles frutales, esta actividad es realizada por todos los turistas que estén interesados en efectuar un turismo vivencial dentro de las áreas agro turísticas, el camping la cual es la actividad más resaltante de lo rural en donde se puede disfrutar de muchas cualidades de la zona manabita, las cuales se pueden aprovechar durante la noche, también se menciona dentro de la plaza

de hospedaje el alquiler de las cabañas que se encuentran en la zona de estudio, otra de las cualidades de Sarita es el expendio de la gastronomía tradicional propia de Manabi, que se considera que es una excelente puerta para la atracción de turistas de diversos lugares ya sean tanto de nacionales como de extranjeros.

PARAJE NATURAL Y CULTURAL QUINTA COLINA DEL SOL.

Quinta colina del sol, es uno de los mayores recursos de categoría cultural o manifestaciones culturales de las que dispone la comunidad de Cabello, en la misma se mencionan actividades recreacionales, de aprendizaje ya sea en la elaboración de artesanías de zapan y de otros materiales, al igual que la finca Sarita también se menciona la elaboración de platos típicos propios de la gastronomía manabita, así mismo se destaca la elaboración de eventos programados en donde resalta la producción agrícola como ciertos festivales dedicados al cacao y café, hechos de manera estratégica mediante alianzas con instituciones como la ESPAM, la quinta también hace referencia a destacar las cualidades y cultura del montubio manabita, estas actividades se enfatizan en realizar variedad de juegos, que han sido tradicionalmente propias de Bolívar.

ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS EN BARRO EN LA COMUNIDAD DE CABELLO.

En la comunidad de cabello se ubica la familia Loor que durante años se han mantenido con un negocio familiar dentro de los que son los artesanos de Bolívar, la familia mencionada se ha dedicado a la elaboración de artesanías en barro, realizando ollas, vasijas, botijas, todos estos elaborados son instrumentos de cocina que anteriormente eran utilizados por nuestros ancestros, en la actualidad lo que esta familia realiza a más de ser su sustento diario, ellos lo que buscan es mantener y rescatar las tradiciones de nuestro cantón y que en cuestión son tradiciones innatas de provincia de Manabí.

COMUNIDAD LA ESPERANZA.

Dentro de la comunidad la Esperanza se realizan muchas actividades de recreación, dentro de la misma se menciona la pesca artesanal en la presa Sixto Durán Ballén la Esperanza, recorridos realizados en las canoas que se trasladan a varias comunidades aledañas a la Esperanza, se menciona la gastronomía manabita, y la fluctuación de transportes que van a varios sitios del cantón Bolívar, convirtiéndose en el principal puerto de transporte y sea terrestre y fluvial dentro de lo que menciona el área de estudio.

CASCADA CHAPULÍ.

Actualmente Chapulí es una comunidad que dispone de una cascada, al detallar la cascada Chapulí se menciona como característica principal la caída de agua dulce de la que dispone cabe destacar que en temporada de verano la fluidez de la cascada es sumamente escasa, mientras que en la temporada de invierno tiene alta potencia, dentro de ella se pueden realizar caminatas en la parte superior de la cascada y senderismo, también escaladas dentro de la cascada, tubing, y el deguste de los platos típicos de la zona de estudio, y de Manabí.

CASCADA DE JULIÁN.

La cascada de Julián se localiza en el mismo sitio del cual se deriva su nombre, este recurso de orden natural es una cascada muy conocida a nivel local, caracterizada por poseer una gran cantidad de su afluencia fluvial, es visitada durante todo el año, sobre todo por la belleza que posee, dentro de la cascada también se pueden realizar varias actividades recreacionales, como la realización de deporte acuáticos, deguste de comida típica, recorridos por senderos de la misma comunidad, entre otras actividades.

COMUNIDAD PRIMERA PIEDRA.

Dentro de la comunidad primera piedra se destacan tres cascadas, en donde se mencionan varias actividades recreativas y deportivas.

ESTRUCTURA Y COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO

Para la elaboración y estructuración del producto de turismo comunitario, se parte de la creación de dos rutas turísticas en el cantón Bolívar, las mismas están formadas por seis comunidades que forman parte del cantón Bolívar.

La ruta uno, está destinada al referente cultural, la misma que se estructura por la combinación de las siguientes comunidades:

- 1. Comunidad de Cabello**
- 2. Comunidad San Miguel de sarampión.**

Esta ruta ofrece servicios de alimentación, en donde destaca la gastronomía manabita, también brinda el servicio de hospedaje en la finca sarita y la quinta colina del sol, pero mediante la utilización de carpas, las misma que se ubican en las áreas mencionadas, actividades como senderismo, cosecha de productos propios de la zona, elaboración de artesanías en Zapán, rescate de tradiciones propias de cantón y de la zona de Manabí, tales como tradición oral, (chigualos, amorfinos, juegos de ronda), actividades tradicionales como la elaboración de artesanías en barro, (ollas, cucharas, botijas, alambiques).

Además se mencionan otras actividades, como senderismo, exposiciones de ferias gastronómicas, festivales, etc.

La ruta número dos, está básicamente destinada a la naturaleza, del mismo modo se conforma de la siguiente manera:

- 1. Comunidad la Esperanza**
- 2. Cascada Chapulí.**
- 3. Cascada de Julián.**
- 4. Comunidad primera piedra.**

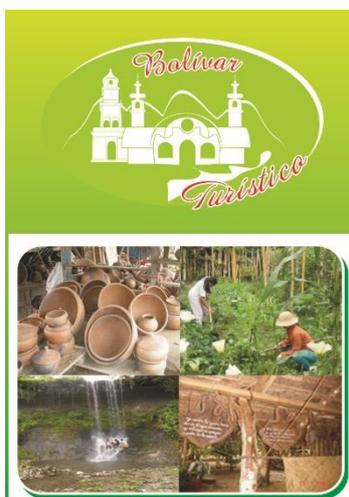
La ruta dos se conforma por la participación de cuatro comunidades, las cuales están asociadas al referente natural, estas mismas disponen de varias actividades turísticas de manera independiente, se menciona la existencia de seis cascadas las cuales se encuentran ubicadas en Chapulí, Julián, y tres en primera piedra.

De las cuales se puede disponer de la variedad de platos típicos de la gastronomía Manabita, práctica de deportes como la pesca artesanal, tubing, escalada, entre otros, también existe disponibilidad de recorridos por todas las

áreas mencionadas, senderismo, camping si se lo desea, entre otras actividades recreativas turísticas.

PAQUETE TURÍSTICO

CARACTERIZAR EL PRODUCTO.



“BOLÍVAR TESORO ESCONDIDO”

DIRIGIDO A TURISTAS.

- Hombres y mujeres.
- 18 -30 años de edad
- Que busquen naturaleza y aventura
- Nivel socio económico medio/alto.
- Dispuestos a caminar largas distancias.
- Apreciación al medio ambiente, diversión, aventura y cultura.

Fuente: Elaborado por las autoras.

DISEÑO DE LA RUTA

RUTA: Cabello – Sarampión.

GUÍAS: María Ganchozo, Gabriela Rivera.

PAX: 15

DÍA	RECORRIDO	HORARIO	VEHÍCULO	SERVICIOS	ACTIVIDADES
DÍA 1	Cabello - Sarampión	9:00 – 19:00	Pedro Cevallos CAP. 30 PAX Telf. 2685-686	ALMUERZO: Quinta colina del sol. CENA: Finca orgánica Sarita. ALOJAMIENTO: Finca orgánica Sarita.	Observación y elaboración de artesanías a base de barro). Observación de piezas de herramientas e indumentarias usadas en labores diarias en el campo. Recolección de material reciclable (plástico y papel) para reducir el impacto ambiental. Conferencias sobre educación ambiental en las áreas rurales de la zona en conjunto con la carrera de medio ambiente de la ESPAM. Sociabilización con las comunidades participes en cuanto a cuidado de la naturaleza induciendo acciones para evitar la contaminación. Preservación y enriquecimiento de los saberes ancestrales y de la cultura cantonal y nacional.
DÍA 2	Sarampión – Calceta	7:00 – 4:30	Pedro Cevallos CAP. 30 PAX Telf. 2685-686	ALOJAMIENTO: Finca orgánica Sarita. DESAYUNO: Finca orgánica Sarita. ALMUERZO: Finca orgánica Sarita.	Recorrido de la finca Sarita (manejo de la huerta y cosecha de los productos para la alimentación diaria, preparación de medicinas naturales, procesamiento de cereales y granos). Actividades de reciclaje a través de la elaboración de manualidades con materiales de desecho.

OBSERVACIONES: Cabe recalcar que el producto turístico establecido en la propuesta toma como base la fase anterior (inicial o de estudio). Que la estructura establecida en el programa turístico surge del estudio de mercado ejecutado.

ITINERARIO TURÍSTICO

Tour Cabello – Sarampión

Parte de la información obtenida se tomó como referencia del sitio web de la finca orgánica Sarita.

DÍA 1

09:00 Inicio del recorrido

09:05 Llegada a la comunidad de Cabello

09:10 Taller de aprendizaje y producción de las ollas de barro artesanales.

11:40 Salida a Quinta Colina del Sol.

11:50 Free time en Quinta Colina del Sol.

12:30 Almuerzo en la Quinta Colina del Sol.

14:00 Recorrido guiado por las áreas de la Quinta Colina del Sol.

15:30 Paseo en balsa

16:30 Salida a la finca Sarita – sitio Sarampión.

17:00 Bienvenida en la finca Sarita y recorrido de reconocimiento.

18:30 – 19:00 Cena en la finca Sarita.

DÍA 2

07:00 Desayuno orgánico

08:00 Recorrido por la finca Sarita

09:00 Manejo general de la huerta.

09:40 Cosecha de los productos para la alimentación diaria.

11:00 Preparación de medicinas naturales.

12:30 Almuerzo orgánico en la finca Sarita.

13:30 Procesamientos de cereales y granos (pilar arroz, café, moler maíz, entre otros).

14:45 Taller de capacitación en agricultura orgánica (fertilizantes e insecticidas naturales).

15:30 Alimentación y cuidado de los animales domésticos.

16:00 Elaboración de jabones naturales.

17:00 Fin del tour.

RUTA “BOLÍVAR TESORO ESCONDIDO”

(2 días / 1 noche)

Salida: Diario

Día 1.- CABELLO – SARAMPIÓN.

Salida desde la plaza cívica de la ciudad de Calceta, hacia la comunidad de cabello para la observación y elaboración del proceso de las ollas de barro, donde se les obsequiara a cada uno de los turistas una pequeña olla de barro para el recuerdo. Luego visitaremos el paraje natural y cultural Quinta Colina del Sol y se dispondrá de un free time. Donde posteriormente almorzaremos en la misma, acto seguido se realizara un recorrido guiado por las áreas donde observaremos piezas de herramientas usadas en las labores diarias en el campo y observación de las obras de arte en zapan del artista Eumeny Álava Párraga entre otras cosas. Seguido de este acto se dará un paseo en balsa para las personas interesadas. Luego nos dirigiremos a la finca Sarita en el sitio sarampión donde podremos realizar un city tour libre hasta el momento de la cena.

DÍA 2.- SARAMPIÓN

Desayuno orgánico (7:00 a.m.) en la finca Sarita, 8:00 a.m. inicio del recorrido por la finca Sarita comenzando por el manejo general de la huerta, acto seguido se cosecharan los productos para la alimentación diaria. Luego aprenderemos la correcta preparación de medicinas naturales. Posteriormente nos dispondremos a degustar de un almuerzo orgánico que nos prepararan en la misma. Después aprenderemos el correcto procesamiento de cereales y granos como pilar arroz, café, moler maíz entre otros. Donde asistiremos a talleres de capacitación en agricultura orgánica (fertilizantes e insecticidas naturales) y seguido a esto alimentaremos a los animales domésticos. Antes de finalizar el tour aprenderemos a elaborar jabones naturales.

COSTO DEL TOUR

DÍA 1	ALIMENTACIÓN	C/U	V/U	V/T
15 pax	Almuerzos	1	\$4.00	\$60.00
15 pax	Cena	1	\$4.00	\$60.00
GUÍAS , TRANSPORTE y HOSPEDAJE				
15 pax	Guías	1	\$20.00	\$20.00
15 pax	Guías	1	\$20.00	\$20.00
15 pax	Transporte	1	\$60.00	\$60.00
15 pax	Hospedaje	1	\$10.00	\$150.00
TOTAL DÍA 1				\$370.00

DÍA 2	ALIMENTACIÓN	C/U	V/U	V/T
15 PAX	Desayuno	1	\$3.50	\$52.50
15 PAX	Almuerzo	1	\$4.00	\$60.00
TOTAL DÍA 2				\$112.50

TOTAL	
DÍA 1	\$370.00
DÍA 2	\$112.50
TOTAL	\$482.50
PRECIO DE VENTA GRUPAL	\$485.00

PRECIO DE VENTA INDIVIDUAL	
DIA 1	\$24.67
DIA 2	\$7.50
TOTAL	32.17
PRECIO DE VENTA INDIVIDUAL	32.50

DISEÑO DE LA RUTA

RUTA: Quiroga

FECHA: 07 - 08 / FEB / 2015.

GUÍAS: María Ganchozo, Gabriela Rivera.

PAX: 15

DÍA	RECORRIDO	HORARIO	VEHICULO	SERVICIOS	ACTIVIDADES
Día 1	Quiroga	6:00-17:00	Pedro Cevallos CAP. 30 PAX Telf. 2685-686	DESAYUNO: Restaurant Montecristo ALMUERZO: En la comuna de Chapulí	VISITAS A: Las cascadas Julián, Chapulí y Primera Piedra y la presa la Esperanza "Sixto Durán Ballén"

CRONOGRAMA DE ITINERARIO

DÍA 1

06:00 Inicio del recorrido

06:05 Desayuno en el restaurant Montecristo.

07:00 Salida a la comunidad de la cascada primera piedra.

08:00 Caminata y observación de la flora predominante en la cascada

08:40 Toma de fotografía de la cascada y sus alrededores.

09:55 Visita a la cascada Julián

11:20 Recorrido por la comunidad y la cascada Julián.

12:30 Almuerzo en la cascada Julián

13:50 Free time

14:40 Visita a la cascada Chapulí

15:10 Toma de fotografía del área

15:40 Visita a la Presa la Esperanza "Sixto Duran Ballén"

16:20 Toma de fotografía y recorrido de la misma.

17:00 Fin del tour.

RUTA “BOLIVAR TESORO ESCONDIDO”

(1 día)

Salida: Diario

Día 1.- Quiroga

Desayuno en el restaurant Montecristo (06:05), después nos dirigimos a la cascada primera piedra para realizar la respectiva caminata con el fin de observar la flora predominante en el sitio. Donde podemos realizar la toma de fotografías de sus alrededores. Siguiendo nuestra ruta nos dirigimos a visitar la cascada Julián para disfrutar del paisaje natural y bañarse en la misma. Posteriormente se almorzara en la cascada aprovechando los alimentos que tienen para ofertar la comunidad. Del cual después de almuerzo aprovecharemos de un tiempo libre para el disfrute de cada uno. Luego nos dirigimos a la cascada Chapulí para realizar la respectiva sesión fotográfica del lugar. Acto seguido se visitara la Presa la Esperanza “Sixto Duran Ballén” para conocer un poco más de su historia.

COSTO DEL TOUR

DÍA 1	ALIMENTACIÓN	C/U	V/U	V/T
15 pax	Desayuno	1	\$3.00	\$45.00
15 pax	Almuerzo	1	\$4.00	\$60.00
GUÍAS y TRANSPORTE				
15 pax	Guías	1	\$20.00	\$20.00
15 pax	Guías	1	\$20.00	\$20.00
15 pax	Transporte	1	\$60.00	\$60.00
TOTAL DÍA 1				\$205.00

PRECIO DE VENTA GRUPAL	
DÍA 1	\$205.00
TOTAL	\$205.00
PRECIO DE VENTA	\$210.00

PRECIO DE VENTA INDIVIDUAL	
DIA 1	\$13.67
TOTAL	\$13.67
PRECIO DE VENTA INDIVIDUAL	\$14.00

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO “BOLÍVAR TESORO ESCONDIDO”



“Bolívar Tesoro Escondido” es la recopilación total que abasteció el diseño del Producto de Turismo Comunitario para el cantón Bolívar, al decir que Bolívar es un tesoro escondido refleja la realidad perenne de la situación turística dentro del cantón, y si realmente es un tesoro escondido en medio del desconocimiento y la falta de aprovechamiento de todas las potencialidades que posee.

Es por esta razón que para la comercialización del producto comunitario se ha de implementar varios instrumentos de comunicación que logren consecutiva y progresivamente ir escalando un lugar e irlo posicionando en los mercados objetivos ya sea a nivel nacional y posteriormente al mercado internacional.

Los mecanismos de promoción utilizados en el presente trabajo investigativo es la previa realización del slogan de promoción para el Producto de Turismo Comunitario es “Bolívar Tesoro Escondido”; el cual hace mención a un abanico de recursos ya sean naturales como es el caso de varias cascadas, ríos,

actividades agrícolas, actividades turísticas, entre otras muchas otras, en cuanto a lo cultural se mencionan rescate de tradiciones, gastronomía innata del área de estudio, elaboración de artesanías, etc.

Por consiguiente también se ha implementado la realización del mapa de la ruta, en donde señala todos y cada uno de los lugares en donde se van a realizar los recorridos establecidos en el paquete turístico.

Además se va a brindar información detallada de las rutas, esto se lo va a poder focalizar mediante trípticos que promocionen respectivamente el producto turístico de Bolívar.

COSTO DEL TOUR				
DÍA 1	ALIMENTACIÓN	CIU	VIU	VIT
15 pax	Desayuno	1	\$3.00	\$45.00
15 pax	Almuerzo	1	\$4.00	\$60.00
GUÍAS y TRANSPORTE				
15 pax	Guias	1	\$20.00	\$20.00
15 pax	Guias	1	\$20.00	\$20.00
15 pax	Transporte	1	\$60.00	\$60.00
TOTAL DÍA 1				\$205.00

PRECIO DE VENTA GRUPAL	
DÍA 1	\$205.00
TOTAL	\$205.00
PRECIO DE VENTA	\$210.00

PRECIO DE VENTA INDIVIDUAL	
DÍA 1	\$13.67
TOTAL	\$13.67
PRECIO DE VENTA INDIVIDUAL	\$14.00

**RUTA TOUR
CALCETA - QUIROGA - MEMBRILLO**

RECORRIDO

**“Bolívar
TESORO
ESCONDIDO”**

"Bolívar"

TESORO ESCONDIDO

Tour Quiroga - Membrillo
(1 día)
Salida: Diario

DIRIGIDO A TURISTAS

- Hombres y mujeres.
- 18 -30 años de edad
- Que busquen naturaleza y aventura.
- Nivel socio económico medio/alto.
- Dispuestos a caminar largas distancias.

Apreciación al medio ambiente, diversión, aventura y cultura.

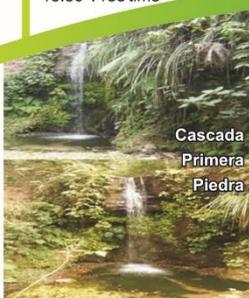


Presas "La Esperanza"

ITINERARIO TURÍSTICO

- 06:00 Inicio del recorrido
- 06:05 Desayuno en el restaurant Montecristo.
- 07:00 Salida a la comunidad de la cascada primera piedra.
- 08:00 Caminata y observación de la flora predominante en la cascada
- 08:40 Toma de fotografía de la cascada y sus alrededores.
- 09:55 Visita a la cascada Julián
- 11:20 Recorrido por la comunidad y la cascada Julián.
- 12:30 Almuerzo en la cascada Julián
- 13:50 Free time

- 14:40 Visita a la cascada Chapulí
- 15:10 Toma de fotografía del área
- 15:40 Visita a la Presa la Esperanza "Sixto Duran Ballén"
- 16:20 Toma de fotografía y recorrido de la misma.
- 17:00 Fin del tour.



Cascada Primera Piedra



Cascada Chapulí



Cascada Julián

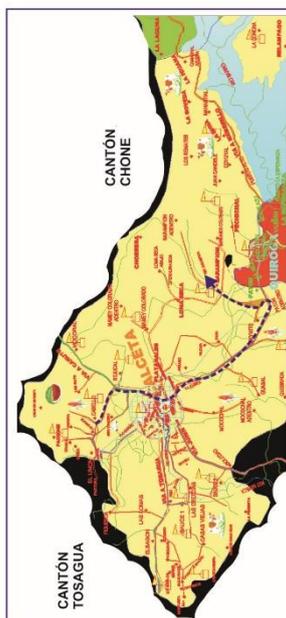
COSTO DEL TOUR				
DIA 1	ALIMENTACION	CIU	VIU	VIT
15 PAX	Almuerzos	1	\$4.00	\$60.00
15 PAX	Cena	1	\$4.00	\$60.00
GUIAS, TRANSPORTE Y HOSPEDAJE				
15 PAX	Guias	1	\$20.00	\$20.00
15 PAX	Guias	1	\$20.00	\$20.00
15 PAX	Transporte	1	\$60.00	\$60.00
15 PAX	Hospedaje	1	\$10.00	\$150.00
TOTAL DIA 1				\$370.00

DIA 2	ALIMENTACION	CIU	VIU	VIT
15 PAX	Desayuno	1	\$3.50	\$52.50
15 PAX	Almuerzo	1	\$4.00	\$60.00
TOTAL DIA 2				\$112.50

TOTAL	
DIA 1	\$370.00
DIA 2	\$112.50
TOTAL	\$482.50
PRECIO DE VENTA GRUPAL	\$485.00

PRECIO DE VENTA INDIVIDUAL	
DIA 1	\$24.67
DIA 2	\$7.50
TOTAL	\$32.17
PRECIO DE VENTA INDIVIDUAL	\$32.50

RUTA TOUR CABELLO - SARAMPÓN



RECORRIDO



"Bolívar"

TESORO ESCONDIDO

“Bolívar

TESORO ESCONDIDO”

Tour Cabello - Sarampión

(2 días / 1 noche)

Salida: Diario

DIRIGIDO A TURISTAS

- Hombres y mujeres.
- 18 -30 años de edad
- Que busquen naturaleza y aventura.
- Nivel socio económico medio/alto.
- Dispuestos a caminar largas distancias.

Apreciación al medio ambiente,
diversión, aventura y cultura.



Artesanías en barro (sitio Cabello)

Paraje Natural y Cultural
Quinta “Colina del Sol”

Finca Orgánica
“SARITA”

ITINERARIO TURÍSTICO

DÍA 1

- 09:00 Inicio del recorrido
- 09:05 Llegada a la comunidad de Cabello
- 09:10 Taller de aprendizaje y producción de las ollas de barro artesanales.
- 11:40 Salida a Quinta Colina del Sol.
- 11:50 Free time en Quinta Colina del Sol.
- 12:30 Almuerzo en la Quinta Colina del Sol.
- 14:00 Recorrido guiado por las áreas de la Quinta Colina del Sol.
- 15:30 Paseo en balsa
- 16:30 Salida a la finca Sarita – sitio Sarampión.
- 17:00 Bienvenida en la finca Sarita y recorrido de reconocimiento.
- 18:30 Cena en la finca Sarita.

DÍA 2

- 07:00 Desayuno orgánico
- 08:00 Recorrido por la finca Sarita
- 09:00 Manejo general de la huerta.
- 09:40 Cosecha de los productos para la alimentación diaria.
- 11:00 Preparación de medicinas naturales.
- 12:30 Almuerzo orgánico en la finca Sarita.
- 13:30 Procesamientos de cereales y granos (pilar arroz, café, moler maíz, entre otros).
- 14:45 Taller de capacitación en agricultura orgánica (fertilizantes e insecticidas naturales).
- 15:30 Alimentación y cuidado de los animales domésticos.
- 16:00 Elaboración de jabones naturales.
- 17:00 Fin del tour.

CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

CONCLUSIONES

- Según el diagnóstico turístico situacional se observa que en el área de estudio existen altos índices de potencialidad turística, según este mismo estudio se determinó la ineficiente infraestructura turística, servicios básicos y la insuficiencia de recursos económicos que permitan el desarrollo turístico sostenido de las comunidades inmersas en el proyecto.
- Se manifiesta que no existen facilidades turísticas necesarias para poder satisfacer a la demanda potencial y por ende a la afluencia de turistas que lleguen a las localidades; aunque se mencione que existe un considerable porcentaje de captación en aquellos turistas que se inclinen por el turismo comunitario.
- Con la correcta gestión e implementación del Producto turístico comunitario se destaca el aprovechamiento eficiente de todas las potencialidades turísticas se menciona que tiene aceptación y es de interés para el desarrollo del turismo en el Cantón Bolívar ya que existe certificaciones que lo avalan.

RECOMENDACIONES

- Aprovechar los proyectos de investigación turística realizados para el cantón Bolívar para que sirvan de referencia aquellos investigadores que estén interesados en promover el desarrollo turístico del cantón mediante la creación e innovación de productos turísticos.
- Se recomienda a los prestadores de servicios turísticos diseñar y estructurar nuevas ofertas las mismas que logren captar un número considerable de la demanda potencial para de esta manera lograr mediante los productos turísticos fomentar el desarrollo en el cantón y así reducir los posibles competidores logrando una correcta viabilidad.
- Se recomienda a todas aquellas instituciones públicas y privadas que impulsen y motiven a los investigadores para que continúen creando productos turísticos, en donde rescaten y apliquen actividades comunitarias, fomentando de esta manera el desarrollo local de las comunidades del cantón Bolívar.

BIBLIOGRAFÍA

AVEM, 2011. Programa nacional y turismo comunitario rural pyme familiar de turismo. (En línea). EC. Consultado, 27 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en <http://www.marxismo.org/files/PROPUESTA%20CONSULTA%20PUBLICA%20TCR%20AVEM-Oswaldo.pdf>

BLANCO, (2007). Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio. (En línea). EC. Consultado, 15 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en <http://www.territorioscentroamericanos.org/turismorural/Documentos%20compartidos/Gu%C3%ADa%20para%20elaborar%20el%20plan%20de%20desarrollo%20tur%C3%ADstico%20de%20un%20territorio.pdf>

Conde, E. 2011. La integración de la oferta turística a partir del capital intelectual. (En línea). EC. Consultado, 19 de Agosto del 2013. Formato PDF. Disponible en <http://www.eumed.net/rev/turydes/11/vgcp.pdf>

Conty, A & Cravero, S, 2010. Patrimonio, comunidad local y turismo: la necesidad de planificación para el desarrollo sostenible. (En línea). EC. Consultado 19 de Enero del 2014. Formato (PDF). Disponible en: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/15769/Documento_completo.pdf?sequence=1

Chávez, M (2014). Catastro Turístico. (Entrevista). Calceta – Manabí. EC. Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bolívar.

Chicaiza, Y, 2012. Estudio de factibilidad para la creación del centro turístico comunitario “puerto totora”, en la parroquia de San Rafael de la laguna, del cantón Otavalo, provincia de Imbabura. (En línea). EC. Consultado, 27 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1600/1/Tesis%20Creacion%20Del%20Centro%20Turistico%20Comunitario%20Puerto%20Totora.pdf>

DTS, 2007. “Identificación y puesta en valor de rutas turísticas para la región de Coquimbo”. (En línea). EC. Consultado, 27 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en <http://www.tecturcoquimbo.cl/pdfs/Informe-Rutas-Turisticas.pdf>

FEPTCE (2013). Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador. (En Línea). Consultado el 30 de mayo del 2014. Formato PDF. Disponible en: http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=76&Itemid=60

Flores, C, 2008. Desarrollo Local y Turismo. (En línea). EC. Consultado el 19 de Enero del 2014. Formato (PDF). Disponible en http://www.cebem.org/cmsfiles/articulos/Flores_Gonzalez_C._DesarrolloLocal_y_Turismo.pdf

Gobierno del Estado de Morelos, 2010. Plan de manejo en función del programa de pueblos mágicos. (En línea). EC. Consultado, 27 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CCAQFjAB&url=http%3A%2F%2Fcompilacion.ordenjuridico.gob.mx%2Fobtenerdoc.php%3Fpath%3D%2FDocumentos%2FESTADO%2FMORELOS%2FTODOS%2520LOS%2520MUNICIPIOS%2F>

o2728094.doc%26nombreclave%3Do2728094.doc&ei=fhvVVI63LsnesASz3oCwCg&usg=AFQjCNEAbZSfWGG9Yb6Eosbk_3uchJglqw&sig2=kmXbLBwayJmrSck0XrVmMg

González, P. 2010. El producto turístico. (En línea). EC. Consultado, 13 de Febrero del 2015. Formato PDF. Disponible en http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/guianza/contenido_u4.pdf

González, A. 2012. El turismo rural como estrategia de desarrollo sostenible: caso municipio de La Mesa (Cundinamarca). (En línea). EC. Consultado, 19 de Agosto del 2013. Formato PDF. Disponible en http://www.bdigital.unal.edu.co/7290/1/790705_2012.pdf

Gutiérrez, I, &Gutiérrez, O, 2011. Propuesta para la comercialización de productos turísticos para el segmento de mercado de los cubanos residentes en Estados Unidos1. (En línea). EC. Consultado 20 de Enero 2014. Formato PDF. Disponible en: <http://www.uh.cu/centros/cemi/wp-content/uploads/2011/11/ivis-y-orlando1.pdf>

ICEX, 2007. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Quito, el turismo en Ecuador. (En línea). EC. Consultado, 27 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en http://www.icex.es/FicherosEstaticos/auto/0806/turismo_24335_.pdf

Machado, E. (2013). Integración y diseño del producto turístico. Aplicado a la región central del destino Cuba. (En línea). EC. Consultado, 15 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en <http://web.ua.es/es/revista-geographos-giecryal/documentos/esther-machado.pdf?noCache=1356600583859>

- Machado-Hernandez (2007). Procedimientos para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba. (En línea). EC. Consultado, 15 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en [file:///C:/Users/Windows%208/Downloads/Dialnet-ProcedimientoParaElDisenoDeUnProductoTuristicoInte-2929463%20\(7\).pdf](file:///C:/Users/Windows%208/Downloads/Dialnet-ProcedimientoParaElDisenoDeUnProductoTuristicoInte-2929463%20(7).pdf)
- Martínez, E, Raya, J 2009. Determinantes De La Demanda Temporal De Turismo: Una Aproximación Microeconómica Con Un Modelo De Duración. (En línea). EC. Consultado, 18 de Enero 2014. Formato (PDF). Disponible en <http://www.fundacionsepi.es/revistas/paperArchive/May2009/v33i2a5.pdf>
- MINCETUR & PROMPERU, 2014. Manual para la planificación de productos turísticos (En línea). EC. Consultado 28 de Enero del 2015. Formato (PDF). Disponible en: <http://www.swisscontact.org.pe/sites/default/files/Manual%20para%20a%20planificaci%C3%B3n%20de%20productos%20tur%C3%ADsticos.pdf>
- MINCETUR, 2003. Conceptos fundamentales del turismo. (En línea). EC. Consultado, 27 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf
- MINTUR, (2003). Diseño de productos turísticos del Ecuador. (En línea). EC. Consultado, 15 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en <http://www.turismo.gob.ec/?s=DISE%91O+DE+PRODUCTOS+TURISTICOS+DEL+ECUADOR>

- MINTUR, 2005. Inventario de atractivo turístico de Manabi. (En línea). EC. Consultado, 27 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en <http://www.manabi.gob.ec/proyectos-2/inventario-de-ativos-turisticos>
- Mojeron, k, 2012. Estudio del turismo comunitario de acuerdo a las agencias de viaje operadoras de la ciudad de Quito. (En línea). EC. Consultado, 27 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en <http://repositorio.uct.edu.ec/bitstream/123456789/436/1/ESTUDIO%20DEL%20TURISMO%20COMUNITARIO%20DE%20ACUERDO%20A%20LAS%20AGENCIAS%20D.pdf>
- Nicolau, L, 2010. El producto turístico. (En línea). EC. Consultado 28 de Enero del 2015. Formato (PDF). Disponible en: <http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16114/7/Tema%207.pdf>
- Oliveira, G, 2007. Documentos especiales modelos teóricos aplicados al turismo. (En línea). EC. Consultado 18 de Enero de 2014. Formato (PDF). Disponible en <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v16n1/v16n1a05>
- OMT, 2002. Turismo, desarrollo rural y sostenibilidad. (En línea). EC. Consultado, 27 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20rural/TURISMO%20DESARROLLO%20RURAL%20Y%20SOSTENIBILIDAD.PDF>
- OMT, 2012. Turismo y sostenibilidad. (En línea). EC. Consultado, 27 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en <http://www2.unwto.org/es/search/node/TURISMO%20Y%20SOSTENIBILIDAD>.

PLANDETUR, 2020. Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador "Plandetur 2020". (En línea). EC. Consultado, 27 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en <http://www.pnud.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf>

PROMPERÚ, (2001). Productos turísticos sostenibles: experiencias en el Perú. (En línea). EC. Consultado, 15 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en <http://www.peru.org.pe>

REPUBLICA DEL ECUADOR, 2002. Ley de turismo. (En línea). EC. Consultado, 27 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en [http://documentacion.asambleanacional.gob.ec/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/501c9033-2658-40d6-89ce-f178dc6212b3/Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Turismo%20\(Tr%C3%A1mite%20No.%2097213\)](http://documentacion.asambleanacional.gob.ec/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/501c9033-2658-40d6-89ce-f178dc6212b3/Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Turismo%20(Tr%C3%A1mite%20No.%2097213))

Rivera, M, & García, R, 2012. Turismo responsable, sostenible y desarrollo local comunitario. (En línea). EC. Consultado, 27 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en dialnet.unirioja.es/descarga/libro/525510.pdf

Romo, V, 2005. Estudio estratégico turístico. (En línea). EC. Consultado, 27 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en http://www.santaelena.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=401:estudio-estrategico-turistico-del-cordon-costero-de-las-provincias-guayas-y-santa-elena&catid=110:informacion&Itemid=176

SECTUR (2001). Como desarrollar productos turísticos competitivos. (En línea). EC. Consultado, 15 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en

<http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/14774/fasciculo3.pdf>

SECTUR, (2002). Integración de Agrupamientos Turísticos Competitivos “Clusters Turísticos”. (En línea). EC. Consultado, 15 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en <http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/14774/fasciculo5.pdf>

SECTUR, (2003). Guía Muestra para la Identificación y Diseño de Productos de Turismo Cultural de las Ciudades Mexicanas Patrimonio de la Humanidad. (En línea). EC. Consultado, 15 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/publicaciones_de_turismo_cultural

SECTUR, 2004. Como desarrollar productos turísticos competitivos. (En línea). EC. Consultado, 15 de Diciembre del 2013. Formato PDF. Disponible en <http://ftur.uh.cu/intra/ftp/Materiales%20docentes/3er%20a%F1o/Turismo%20y%20Hospitalidad%20VII/Gest%20Destinos%20Tur%EDsticos/4-Como%20desarrollar%20productos%20tur%EDsticos%20competitivos.pdf>

SECTUR ,2004. Turismo alternativo una nueva forma de hacer turismo. (En línea). EC. Consultado, 15 de Diciembre del 2013. Formato PDF. Disponible en <http://www.sectur.gob.mx>.

SECTUR ,2005. Integración de Agrupamientos Turísticos Competitivos “Clusters Turísticos”. (En línea). EC. Consultado, 27 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en <http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/14774/fasciculo5.pdf>

- Serrano, S. 2008. "Plan de desarrollo agro ecoturístico para la comunidad de urauco y su área de influencia, parroquia rural de Lloa, Cantón Quito". (En línea). EC. Consultado, 27 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8608/1/38136_1.pdf
- Valls, G, 2008. Análisis De Los Principales Modelos Explicativos De La Competitividad De Los Destinos Turísticos En El Marco De La Sostenibilidad. (En línea). EC. Consultado, 15 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano5-edicao2/artigo_7.pdf
- Valdivia, L. (2014). Turismo sostenible. (En línea). EC. Consultado, 27 de Diciembre del 2013. Formato (PDF). Disponible en <http://es.calameo.com/read/0032741537ea583109d83>

ANEXOS

ENCUESTA

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABI

OBJETIVO.- DETERMINAR EL GRADO DE ACEPTACIÓN QUE TENDRÍA EL DISEÑO DE UNA OFERTA DE TURISMO COMUNITARIO EN EL CANTÓN BOLÍVAR, MANABÍ.

Instrucciones.- Lea detenidamente el siguiente cuestionario y marque con una **X** la respuesta que Ud. crea conveniente.

1- ¿sexo?

Masculino

Femenino

2- ¿Cuál es su edad?

10-19

40-49

20-29

50-59

30-39

60-más

3-¿Estado civil?

Soltero

Casado

Viudo

Divorciado

4- ¿Nacionalidad o Procedencia?

.....

5-¿Nivel de Instrucción?

Primario

Secundario

Universitario

Superior

6- ¿Cuáles son sus Ingresos económicos mensuales?200-500 8001-1500 5001-800 1501-mas **7-¿Cuáles son los motivos por el cual realiza un viaje?**Turismo Negocios Investigación Otros **8-¿Como realiza sus viajes?**Solo Familia En pareja Grupos organizados Con amigos Otros **9-¿De las siguientes modalidades de turismo cual usted prefiere?**Turismo tradicional(playa) Turismo de aventura Ecoturismo Turismo Científico Etnoturismo Turismo Medicinal Comunitario Agroturismo Otros **10-¿A través de qué medios usted se informa de nuevos sitios turísticos?**Televisión Guías Turísticas Prensa escrita Revistas Internet Amigos-familiares Ferias Turísticas Otros **11-¿Le gustaría realizar actividades turísticas comunitarias (agroturismo, ecoturismo)?**SI NO **12-¿Durante la realización de turismo comunitario (Agroturismo, Ecoturismo, con qué servicios le gustaría contar?**Alimentación Guianza Hospedaje Actividades Recreacionales Equipos de camping Otros

13-¿De las siguientes actividades cual le gustaría realizar mediante el desarrollo del Turismo en área rural?

Recorridos en canoa

Camping

Deportes acuáticos

Pesca Artesanal

Intercambio Cultural

Turismo de montaña

Todos los Anteriores

Otros

14-¿Cuanto estaría dispuesto a gastar en el desarrollo de actividades de turismo en área rural?

15-20 Dólares

21-30 Dólares

Más de 30 Dólares

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

ENCUESTA
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABI

OBJETIVO.- DETERMINAR EL GRADO DE ACEPTACIÓN QUE TENDRÍA EL DISEÑO DE UNA OFERTA DE TURISMO COMUNITARIO EN CANOA, MANABÍ.

Instrucciones.- Lea detenidamente el siguiente cuestionario y marque con una **X** la respuesta que Ud. crea conveniente.

1- ¿sexo?

Masculino

Femenino

2- ¿Cuál es su edad?

10-19

40-49

20-29

50-59

30-39

60-más

3-¿Estado civil?

Soltero

Casado

Viudo

Divorciado

4- ¿Nacionalidad o Procedencia?

.....
.....

5-¿Nivel de Instrucción?

Primario

Secundario

Universitario

Superior

6- ¿Cuáles son sus Ingresos económicos mensuales?200-500 8001-1500 5001-800 1501-mas **7-¿Cuáles son los motivos por el cual realiza un viaje?**Turismo Negocios Investigación Otros **8-¿Como realiza sus viajes?**Solo Familia En pareja Grupos organizados Con amigos Otros **9-¿De las siguientes modalidades de turismo cual usted prefiere?**Turismo tradicional(playa) Turismo de aventura Ecoturismo Turismo Científico Etnoturismo Turismo Medicinal Comunitario Agroturismo Otros **10-¿A través de qué medios usted se informa de nuevos sitios turísticos?**Televisión Guías Turísticas Prensa escrita Revistas Internet Amigos-familiares Ferias Turísticas Otros **11-¿Le gustaría realizar actividades turísticas comunitarias (agroturismo, ecoturismo)?**SI NO **12-¿Durante la realización de turismo comunitario (Agroturismo, Ecoturismo, con qué servicios le gustaría contar?**Alimentación Guianza Hospedaje Actividades Recreacionales Equipos de camping Otros

13-¿De las siguientes actividades cual le gustaría realizar mediante el desarrollo del Turismo en área rural?

Recorridos en canoa

Camping

Deportes acuáticos

Pesca Artesanal

Intercambio Cultural

Turismo de montaña

Todos los Anteriores

Otros

14-¿Cuanto estaría dispuesto a gastar en el desarrollo de actividades de turismo en área rural?

15-20 Dólares

21-30 Dólares

Más de 30 Dólares

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.