



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

**DIRECCIÓN DE CARRERA: INGENIERÍA EN TURISMO**

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

**MODALIDAD:  
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:  
EVALUACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS QUE  
FOMENTEN EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL EN EL  
CANTÓN MONTECRISTI**

**AUTORES:  
AUGUSTO ALEXANDER MOREIRA ALMEIDA  
LEONARDO WILFRIDO ZAMBRANO VILLAVICENCIO**

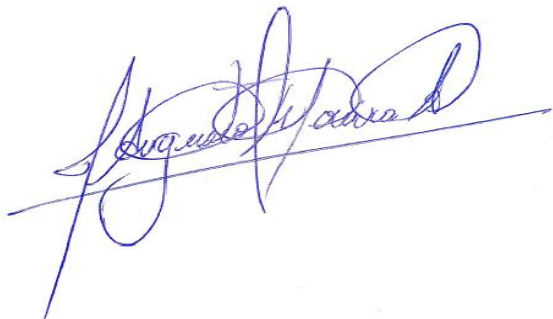
**TUTOR:  
LCDO. WASHINGTON FERNANDO VELOZ CAMEJO, MG.**

**CALCETA, NOVIEMBRE 2021**

## DERECHOS DE AUTORÍA

AUGUSTO ALEXANDER MOREIRA ALMEIDA & LEONARDO WILFRIDO ZAMBRANO VILLAVICENCIO declaramos 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 he 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.



AUGUSTO ALEXANDER MOREIRA ALMEIDA



LEONARDO WILFRIDO ZAMBRANO VILLAVICENCIO

## CERTIFICACIÓN DE TUTOR

**LCDO. WASHINGTON FERNANDO VELOZ CAMEJO, Mg.**, certifica haber tutelado el proyecto de titulación: **EVALUACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS QUE FOMENTEN EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL EN EL CANTÓN MONTECRISTI**, que ha sido desarrollada por **AUGUSTO ALEXANDER MOREIRA ALMEIDA Y LEONARDO WILFRIDO ZAMBRANO VILLAVICENCIO**, previo a la obtención del título de Ingeniero en Turismo de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN ESPECIAL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.



Firmado electrónicamente por:  
**WASHINGTON  
FERNANDO VELOZ  
CAMEJO**

**LCDO. WASHINGTON FERNANDO VELOZ CAMEJO, MG.**  
**TUTOR**

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el trabajo de titulación **EVALUACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS QUE FOMENTEN EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL EN EL CANTÓN MONTECRISTI** que ha sido propuesta, desarrollada por **AUGUSTO ALEXANDER MOREIRA ALMEIDA** y **LEONARDO WILFRIDO ZAMBRANO VILLAVICENCIO**, previa la obtención del título de Ingeniero en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.



Firmado electrónicamente por:  
**NEME YAMIL  
DOUMET**

---

**MG.NEME YAMIL DOUMET CHILÁN**  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**



Firmado electrónicamente por:  
**CONSUELO  
MARIBEL MEJIA  
RAMOS**

---

**MG. CONSUELO MARIBEL MEJÍA RAMOS**

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**



Firmado electrónicamente por:  
**MARIA  
FERNANDA  
GARZON FELIX**

---

**PH.D. MARÍA FERNANDA GARZÓN FÉLIX**

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **AGRADECIMIENTO**

En este importante logro, agradezco a Dios por sobre todas las cosas, por haberme brindado fortaleza y haberme puesto las personas indicadas que consiguieron formar parte fundamental en el alcance de la meta.

A los docentes, facilitadores y colaboradores de la ESPAM “MFL” de la carrera de Turismo, quienes con sus conocimientos nutrieron a un profesional en la rama con principios de ética profesional, haciendo mención al Lcdo. Fernando Veloz, tutor de la presente investigación, por su entereza y compromiso con este trabajo con sus aportes académicos.

Agradezco profundamente la guía y apoyo incondicional de mi familia, en especial a mi madre la señora Dolores Almeida, por su apoyo constante a mi formación académica, a mis hermanas Génesis y Ariana Moreira cuyos sacrificios y esperanza depositada en mi fueron el motor de inspiración para culminar esta meta, a mi padre el señor Lizardo Almeida (+) quien cultivó valores y educó como un ser humano de bien, a la Lcda. María Almeida quién veló y cuidó de mí como una madre, enseñándome el verdadero sentir de ayuda al prójimo y de la inocencia y confianza que se puede tener en los demás.

A todos mis compañeros de la carrera de turismo y otros que se fueron sumando y que me acompañaron en este largo peregrinaje, en especial a aquellos que se convirtieron en grandes amigos, a los cuales no me alcanzará la vida para agradecerles todo lo que hicieron por mí, Dios me los bendiga siempre: Ángel Alcívar, Wilmer Loor, Ronald Solórzano, Maite Loor, Erika Arturo, Wendy Naranjo, Gicella Zambrano, Belén Quijije, Rodolfo Urdánigo y, a mi gran amiga de la Amazonía ecuatoriana, quien me mostró una cosmovisión distinta y que con sus anécdotas y risas ayudó pelear cada batalla, gracias por tanto mi apreciada Consuelo Piaguaje.

**AUGUSTO ALEXANDER MOREIRA ALMEIDA**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecer es uno de los actos más importantes que el ser humano tiene como accionar en su vida cotidiana:

En primera instancia agradecer al Todopoderoso por darme la sensatez, guianza y visión de permitirme culminar este largo proceso de formación como profesional

Agradezco a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López por brindarme la oportunidad de formarme en una de las ramas profesionales más bonitas que pueden existir como lo es la carrera de Turismo, a todos y cada uno de los docentes que impartieron sus conocimientos para poder aportar al desarrollo de enriquecer a los estudiantes como parte de los agentes de la actividad turística.

A mis padres, la Sra. Licenciada Sonia Zambrano, por ser mi soporte en los momentos más difíciles de mi vida y por creer en mi cuando nadie lo hacía, infinitas gracias madre mía te amo. A mi padre el Sr. Wilfrido Zambrano por aportar a mi fortaleza como hombre y sobre todas las cosas por nunca dejar de ser un padre para un hijo que siempre lo ha necesitado, a mis hermanos, en especial a mi hermana Valentina por también haber formado parte importante en este proceso de cambio personal que fundamenta mi formación profesional.

**LEONARDO WILFRIDO ZAMBRANO VILLAVICENCIO**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de investigación a los pilares fundamentales de mi vida, mis padres, el Sr. Augusto Moreira Santana y al Sr. Lizardo Almeida que justo a mi amada madre la Sra. Dolores Almeida, me brindaron la oportunidad de cumplir una de las metas trazadas en mi vida y solventar cada sentir de esta importante etapa de profesional. A todas y cada una de las personas que me llenaron de ánimos en especial a mis amigas y amigos: Sammy Murilo y adorada madre la señora Yolanda Franco ,Valentina Gonzales, Angélica Carranza, Yadira Molina, Yenevith Zambrano, Pamela Jalil; también al Sr. Ingeniero Oscar Zambrano y su señora esposa la Licenciada Marcela Rivas por formar parte esencial de un lapso importante y fortalecer el ímpetu de progreso en mi persona, como no dedicar a este proyecto a la persona que me inspiró a que podemos contribuir con nuestra sociedad, comunidad o barrio de manera honrada y con amor, me refiero a la Mg. Ingrid Zambrano, quiero aprovechar para dedicarle un hasta siempre y gracias por tanto a la Doctora Honoris Causa María de los Ángeles Cárdenas Ruperti (+).

**AUGUSTO ALEXANDER MOREIRA ALMEIDA**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo tan importante en mi vida quiero dedicárselo a mi madre, la Sra. Sonia Villavicencio, porque sin su fortaleza no hubiera podido llegar a culminar esta gran meta. A mis hijos Mateo Zambrano y Mayte Zambrano, no podía dejar de dedicar este logro a quien por años me acompañó y sobre todo fue el motor de inspiración a seguir luchando, mi niña Bonita Nicole, sin su apoyo nada de esto hubiera sido posible.

**LEONARDO WILFRIDO ZAMBRANO VILLAVICENCIO**



## CONTENIDO

<b>DERECHOS DE AUTORÍA .....</b>	<b>ii</b>
<b>CERTIFICACIÓN DE TUTOR .....</b>	<b>iii</b>
<b>APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....</b>	<b>iv</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>v</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>vi</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>vii</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>viii</b>
<b>Contenido de FIGURAS .....</b>	<b>xii</b>
<b>Contenido de CUADROS.....</b>	<b>xiii</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>xv</b>
<b>PALABRAS CLAVE.....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>KEYWORDS .....</b>	<b>xvi</b>
<b>CAPÍTULO I. ANTECEDENTES.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. FORMULACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>8</b>
<b>1.2.1. TEÓRICA.....</b>	<b>8</b>
<b>1.2.2. METODOLÓGICA.....</b>	<b>9</b>
<b>1.2.4. SOCIOECONÓMICA .....</b>	<b>10</b>
<b>1.3. OBJETIVOS .....</b>	<b>11</b>
<b>1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....</b>	<b>11</b>
<b>1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....</b>	<b>11</b>
<b>CAPITULO II. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>12</b>

	x
2.1. TURISMO CULTURAL EN ECUADOR .....	13
2.2. PLANIFICACIÓN DEL TURISMO CULTURAL EN ECUADOR .....	19
2.3. MERCADO TURÍSTICO CULTURAL EN ECUADOR .....	30
2.4. PRODUCTOS TURÍSTICOS CULTURALES EN ECUADOR.....	34
2.5. POTENCIALIDADES TURÍSTICAS.....	37
2.7. MERCADO TURÍSTICO EN MANABÍ .....	42
<b>CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO .....</b>	<b>46</b>
3.1. REFERENCIAS METODOLÓGICAS PROPUESTAS.....	46
3.2. DESCRIPCIÓN DEL DISEÑO METODOLÓGICO Y SUS FASES.....	52
3.2.1. FASE I: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL TURÍSTICO.....	52
3.2.2. FASE II: EVALUACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS CULTURALES.....	55
3.2.3. FASE III: ELABORACIÓN ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL .....	58
<b>CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>59</b>
4.1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL TURÍSTICO .....	59
4.1.1. CARACTERIZACIÓN GENERAL DE LA ZONA DE ESTUDIO.....	59
4.1.2. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN SOCIAL DEL CANTÓN MONTECRISTI .....	61
4.1.3. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA DEL ÁREA DE ESTUDIO .....	64
4.1.4. CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL	

	xi
<b>CANTÓN MONTECRISTI .....</b>	<b>68</b>
<b>4.1.4. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA SITUACIÓN DEL TURISMO CULTURAL DEL CANTÓN MONTECRISTI.....</b>	<b>80</b>
<b>4.2. DETERMINACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS CULTURALES DEL CANTÓN MONTECRISTI .....</b>	<b>84</b>
<b>4.2.1. CARACTERIZACIÓN DE RECURSOS Y ATRACTIVOS CULTURALES DEL CANTÓN MONTECRISTI .....</b>	<b>85</b>
<b>4.2.2. EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS CULTURALES A TRAVÉS DE LA FICHA DE MINTUR.....</b>	<b>88</b>
<b>4.2.3. EVALUACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS .....</b>	<b>93</b>
<b>4.2.4. ÍNDICE DE POTENCIAL TURÍSTICO CULTURAL EN EL MAPA DE POTENCIALIDADES .....</b>	<b>103</b>
<b>4.3. ELABORACIÓN DE ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL .....</b>	<b>105</b>
<b>4.3.1. CREACIÓN DE LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL .....</b>	<b>105</b>
<b>4.3.2. DISEÑO DE UNA PROGRAMACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL FOMENTO DEL TURISMO CULTURAL .....</b>	<b>106</b>
<b>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>112</b>
<b>5. 1. CONCLUSIONES.....</b>	<b>112</b>
<b>5.2. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>114</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>122</b>
<b>ANEXO 1. Modelo de entrevista para los GADs municipales de Manabí .....</b>	<b>123</b>
<b>ANEXO 2. Encuesta al perfil de visitante.....</b>	<b>124</b>

	xii
<b>ANEXO 3.</b> Matriz FODA .....	126
<b>Anexo 4 .</b> Ficha de inventario de Atractivo Turístico .....	127
<b>ANEXO 5.</b> Metodología de jerarquización de atractivos turísticos según MINTUR2018.....	128
<b>ANEXO 6.</b> Matriz de estrategias .....	130
<b>ANEXO 7.</b> Ficha de programación estratégica .....	130
<b>ANEXO 8.</b> Mapa físico del cantón montecristi .....	130
<b>ANEXO 9.</b> Distribución poblacional del cantón montecristi.....	131
<b>ANEXO 10.</b> Matriz de problemas soluciones y estrategiaS .....	131
<b>ANEXO 11.</b> Encuesta al perfil de visitante.....	132

## **CONTENIDO DE FIGURAS**

<b>Figura 2.1.</b> Hilo conductor del Marco teórico .....	12
<b>Figura 2.2.</b> Etapas secuenciales de enfoque de planificación .....	25
<b>Figura 2.3:</b> Demanda mundial por actividades turísticas .....	32
<b>Figura 2.4:</b> Perfil del Turista en Ecuador .....	33
<b>Figura 3.5:</b> Metodología de determinación del potencial Turístico.....	
<b>Figura 3.6.</b> Conformación del Producto Turístico.....	
<b>Figura 3.7.</b> Criterios por secciones de evaluación.....	
<b>Figura 3.8.</b> Escala de medición .....	56
<b>Figura 3.9.</b> Componentes y porcentajes de Evaluación.....	57
<b>Figura 3.10.</b> Mapa de índice del potencial turístico.....	58

<b>Figura 4.11.</b> Lugar de procedencia del visitante.....	60
<b>Figura 4.12.</b> Lugar de destino de los encuestados .....	64
<b>Figura 4.13.</b> Motivación de la visita.....	80
<b>Figura 4.14.</b> Resultados de potencialidades desde la perspectiva de los componentes de la oferta turística.....	101
<b>Figura 4.15.</b> Resultados desde la perspectiva de los componentes de la demanda turística.....	102
<b>Figura 4.16.</b> Mapa de potencialidad Turística del cantón Montecristi .....	105

## CONTENIDO DE CUADROS

<b>Cuadro 2.1.</b> Alineación ETN .....	29
<b>Cuadro 2.2.</b> Productos de turismo cultural en la cartera nacional.....	36
<b>Cuadro 2.3.</b> Productos de turismo cultural.....	36
<b>Cuadro 2.4.</b> Productos turísticos de Manabí.....	45
<b>Cuadro 3.5.</b> Análisis de metodologías referenciales.....	49
<b>Cuadro 3.6.</b> Leyenda de criterios.....	50
<b>Cuadro 3.7.</b> Matriz de Integración de criterios .....	50
<b>Cuadro 3.8.</b> Propuesta metodológica para la evaluación de las potencialidades turísticas que fomenten el desarrollo del turismo cultural en el cantón Montecristi.....	52
<b>Cuadro 4.9.</b> Datos Generales del Cantón Montecristi.....	60
<b>Cuadro 4.10.</b> Proyección de población 2010-2014-2024.....	61
<b>Cuadro 4.11.</b> Instituciones educativas .....	62
<b>Cuadro 4.12.</b> Establecimientos de Salud.....	62
<b>Cuadro 4.13.</b> Dotación de Servicios .....	64
<b>Cuadro 4.14.</b> Estructura cantonal, provincial y nacional .....	65
<b>Cuadro 4.15.</b> Principales actividades comerciales de la población de Montecristi.....	66
<b>Cuadro 4.16.</b> Catastro sector de alojamiento .....	69
<b>Cuadro 4.17.</b> Oferta de alojamiento del sector hotelero de Montecristi en 2021 .....	70
<b>Cuadro 4.18.</b> Servicio de restauración.....	71
<b>Cuadro 4.19.</b> Resultado de las características demográficas de las encuestas .....	73

<b>Cuadro 4.20.</b> Resultado de las características viaje de las encuestas .....	75
<b>Cuadro 4.21.</b> Resultado de la relación con el destino y el servicio hotelero de las encuestas .....	76
<b>Cuadro 4.22.</b> Perfil del cliente que visita el cantón Montecristi .....	79
<b>Cuadro 4.23.</b> Matriz DAFO .....	81
<b>Cuadro 4.24.</b> FODA ponderado .....	82
<b>Cuadro 4.25.</b> Elementos del FODA resultantes .....	82
<b>Cuadro 4.26.</b> Determinación de Estrategia .....	83
<b>Cuadro 4.27.</b> Recursos turísticos de cantón Montecristi .....	84
<b>Cuadro 4.28.</b> Recursos y Atractivos Turísticos .....	85
<b>Cuadro 4.29.</b> Categorización de los principales recursos y atractivos turísticos del Cantón Montecristi .....	85
<b>Cuadro 4.30..</b> Evaluación y jerarquización del Atractivo turístico Centro Cívico ciudad Alfaro .....	88
<b>Cuadro 4.31.</b> Evaluación Y jerarquización del Atractivo turístico Basílica Menor de la virgen de Monserrat .....	89
<b>Cuadro 4.32.</b> Evaluación Y jerarquización: Artesanías de la parroquia la Pila .....	90
<b>Cuadro 4.33.</b> Evaluación Y jerarquización: Tejido tradicional del sombrero de paja toquilla .....	91
<b>Cuadro 4.34.</b> Evaluación Y jerarquización: Centro Histórico de Montecristi .....	92
<b>Cuadro 4.35.</b> Ponderación Jerarquización de atractivos evaluados .....	93
<b>Cuadro 4.36.</b> Evaluación de los recursos turísticos culturales .....	94
<b>Cuadro 4.37.</b> Evaluación de equipamiento y servicios turísticos .....	95
<b>Cuadro 4.38.</b> Evaluación de las instalaciones y servicios Turísticos .....	96
<b>Cuadro 4.39.</b> Evaluación de Infraestructura general y servicios de transporte .....	97
<b>Cuadro 4.40.</b> Evaluación del mercado Turístico .....	99
<b>Cuadro 4.41.</b> Determinación de líneas estratégicas y su funcionalidad .....	106
<b>Cuadro 4.42.</b> Programación estratégica para el fomento del desarrollo del turismo cultural en Montecristi .....	110

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como finalidad evaluar las potencialidades turísticas del cantón Montecristi que fomenten el desarrollo del turismo cultural. Para tal efecto se plantearon tres fases, empezando con el diagnóstico turístico situacional donde se determinó a través de la revisión bibliográfica y documental que el turismo no figura como una de las principales actividades económicas del cantón a pesar de su riqueza natural, cultural y patrimonial, misma que se estableció como principal fortaleza a través del FODA estratégico y como superior factor motivacional de visita al destino según los resultados de la aplicación de encuestas a la demanda, evidenciándose un desaprovechamiento del potencial en turismo cultural la cual se constituye como su mayor debilidad. La segunda fase implicó la evaluación de las potencialidades turísticas culturales apoyada en las fichas de inventario del MINTUR; en la cual se pudo reafirmar la potencialidad cultural del territorio y precisó que se deben trabajar aspectos relacionados a la mejora de productos, servicios y facilidades, así como la promoción y la gobernanza. Finalmente, la tercera y última fase en base al FODA ponderado se trazaron 5 estrategias de carácter ofensivas vinculadas al impulso del cantón como destino cultural, al desarrollo de productos, a la promoción y comercialización, al fomento de la gobernanza y mejora de la calidad de servicios, en función de las cuales se diseñó una programación estratégica que consta de 12 programas con 31 proyectos respectivamente apoyada en una ficha de seguimiento para incidir en el fomento del desarrollo del turismo cultural.

## PALABRAS CLAVE

Turismo cultural, actividad turística, atractivos culturales, recursos turísticos, potencialidades

## **ABSTRACT**

The purpose of this research was to evaluate the tourism potential of the canton of Montecristi to promote the development of cultural tourism. For this purpose, three phases were proposed, starting with the situational tourism diagnosis where it was determined through literature and documentary review that tourism is not one of the main economic activities of the canton despite its natural, cultural and heritage wealth, which was established as the main strength through the strategic SWOT and as the main motivational factor for visiting the destination according to the results of the application of surveys to demand, showing a waste of potential in cultural tourism which is constituted as its greatest weakness. The second phase involved the evaluation of the cultural tourism potentialities supported by the MINTUR inventory sheets; in which it was possible to reaffirm the cultural potential of the territory and specified that aspects related to the improvement of products, services and facilities as well as promotion and governance should be worked on. Finally, in the third and last phase, based on the weighted SWOT, five offensive strategies were drawn up to promote the canton as a cultural destination, product development, promotion and marketing, governance and improvement of the quality of services, based on which a strategic program was designed consisting of 12 programs with 31 projects respectively, supported by a monitoring sheet to influence the development of cultural tourism.

## **KEYWORDS**

Cultural tourism, tourist activity, cultural attractions, tourist resources, potentialtourist



# **CAPÍTULO I. ANTECEDENTES**

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

Para la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2017) “la actividad cultural intrínsecamente está creciendo, en popularidad, en importancia y en diversidad, incorporando la innovación. Ese crecimiento conlleva una mayor responsabilidad de proteger los bienes culturales y naturales, el fundamento que emerge entre las diferentes sociedades” (p2). En este sentido, el turismo es una oportunidad importante de desarrollo para las comunidades locales, así como para la conservación del patrimonio cultural, sea este un patrimonio tangible o intangible. Por lo que consecuentemente, asociar a la cultura y el turismo en el proceso del desarrollo sostenible, resulta vital cuando se pretende alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible planteados por el máximo organismo regulador de la actividad turística (OMT, 2017).

Según Quintero (2015), como parte de la historia de la relación entre el turismo y la cultura, hace referencia que esta interacción se remonta desde la época de los romanos, según los historiadores, puesto que cuando los extranjeros visitaban pueblos distantes, trataban de conocer un poco más sobre los sitios visitados, llevándose un recuerdo de estos lugares , tales como (vasijas, telares, e inclusive granos secos, y otras especias que se dan en zonas específicas por sus características geográficas). Si bien es cierto el turismo en la actualidad se ha constituido en un absorbente del patrimonio tanto natural como cultural, de modo que los grandes destinos dirigen su oferta hacia dicha modalidad como estrategia de desarrollo, por lo que en concordancia con Mass (2018) como punto inicial se debe evaluar pertinentemente las potencialidades turísticas de un territorio como factor condicionante de éxito.

Y es que el potencial turístico alude directamente a la aptitud, atributos, capacidad y otros aspectos que posee y puede desarrollarse en un territorio, que están ligados a la vocación que en concordancia con Delgado como se citó en Mikery y Pérez

(2014) “en términos de ordenamiento territorial, ha sido definida como el resultado de la interacción entre los factores biofísicos... y las condiciones socioeconómicas imperantes en un territorio y que definen el mejor uso” (p.33). Es decir, la potencialidad se refiere a la capacidad del destino turístico para desarrollar actividades desde la amplia gama de modalidades en función de las cualidades de éste a partir de las distintas perspectivas. Consecuentemente, la evaluación responde al proceso donde se analizan dichas dimensiones y se establece los usos óptimos de cara a su viabilidad, permitiendo priorizarlos y desencadenar los procesos adecuados para su desarrollo, puesto que se constituye como paso primordial ante la planificación “que determina la naturaleza de la actividad a desarrollar y las formas óptimas y sustentables de hacerlo (SECTUR como se citó en Soria, 2014, p. 16)

Para Quintero (2015) de manera convencional, el turismo no ha sido una de las actividades económicas prioritarias en el Ecuador; no obstante, en los últimos años los gobiernos junto con el ente rector de la actividad han realizado un sinnúmero de esfuerzos para posicionar internacionalmente al país como un destino atractivo por su riqueza en diversidad biológica, histórica y cultural a través de sus cuatro mundos: Costa, Andes, Amazonía y Galápagos. Siendo el aspecto cultural aquel que sobresale como un país mega diverso, pluricultural y multiétnico que a pesar de su tamaño convergen alrededor de 18 culturas constituidas como nacionalidades y pueblos. Por su parte el MINTUR (2020), menciona que el turismo tanto nacional como internacional se inclina por lo cultural, constituyéndose uno de los principales factores motivacionales. Por lo que coincidentemente los destinos con mayor participación en el mercado son Quito, Cuenca y Guayaquil, los cuales orientan su desarrollo hacia dicha modalidad.

Ahora bien, a pesar de que el país posee un gran potencial en turismo cultural sólo los destinos anteriormente nombrados tienen una oferta integral y, en el resto del territorio en menor proporción se ha desarrollado actividades turísticas orientadas hacia la tipología en cuestión, por lo que ello evidencia la deficiencia de la gestión y planificación fundamentalmente del desarrollo turístico que contemple la

potencialidad y vocación dominante de los destinos, así como también como lo expresa Santiago et al. (2017) devela la desigualdad del progreso de la actividad y la centralización turística que implica unos cuantos destinos hacia los cuales están dirigidos los mayores esfuerzos.

Aunque ciertamente, el desarrollo turístico tradicional del país independientemente de la modalidad, se ha caracterizado por una pésima planificación estratégica en donde se insiste a identificar las potencialidades de los territorios para trabajar a partir de ello su desarrollo turístico (Zambrano, 2019), no obstante en las planificaciones que recogen los documentos del PLANDETUR 2020 Y 2030 se observan indicios que pretenden buscar alternativas que en función de las potencialidades impliquen el aprovechamiento de los recursos, atributos y capacidades de los mismos para generar un desarrollo integral, donde se destaca la modalidad cultural como eje clave. Por otro lado, uno de los problemas latentes que enfrenta no sólo el turismo cultural sino en general en concordancia a Barreiro (2018) es “la imperante cultura organizacional que no trabaja de manera articulada entre entes, actores privados y comunitarios dando como resultado la falta de articulación de programas concernientes a la actividad lo que ha tenido repercusión en el sector negativas” reflejando claramente la deficiente gobernanza que limita el desarrollo de la actividad cultural.

Dentro de las nuevas ideologías de conversación del turismo y su interacción del turismo con los recursos naturales y culturales en Ecuador adoptados desde la Unesco (2018) y la OMT (2017) la Constitución de la Republica reconoce la protección de la cultura salvaguardando el estado de aquellos grupos sociales que preservan su identidad cultural, es por ello que se promueve que el turismo aproveche los recursos que posee las cuatro regiones del país. A pesar de todo lo positivo que puede resultar la exposición de la cultura como tal se vive aquella denominada aculturación como manifiesta Mijéyeva (2015) con la adopción de culturas extranjeras significa la agonía de la identidad cultural.

Para Sandoval (2017), pese a todo lo planteado por proteger a la comunidad y su cultura, los promotores turísticos se están encargando de mostrar esta parte

atractiva del turismo al mundo sin una adecuada planificación y control, sin aplicar los planes de acción para salvaguardar la integridad y del recurso tal como lo consta en la Constitución de la República del Ecuador y el Plan Nacional del Buen Vivir. Ya que estos establecen que se debe mitigar los impactos que generan la afluencia de turistas hacia destinos turísticos ya sean estos naturales o culturales puesto a que el mal manejo de la actividad puede generar un desgaste y deterioro de aquellos recursos potenciales.

Dentro del marco del turismo cultural en el país, la normativa que ampara su desarrollo no es la óptima, a pesar de que se han diseñado políticas públicas, normas legales y procedimientos técnicos destinados a salvaguardar la integridad de la riqueza ancestral y aquellos que son considerados como patrimonios para el disfrute de los visitantes locales, nacionales y extranjeros así como medio educativo para ampliar la visión de la sociedad y el reconocimiento de la identidad de los pueblos (Ministerio de Cultura del Ecuador, 2015), las cuales no son correctamente aplicadas y llevadas a cabo, por lo que existe un desfase entre la política y la práctica descontextualizada que no han propiciado un marco eficiente para el desarrollo del sector orientado a dicha modalidad, según lo menciona ( Loor *et al.*,2018).

Manabí es una provincia que está posicionada actualmente por el turismo de sol y playa esencialmente, sin embargo, posee un fuerte potencial para el desarrollo del turismo cultural puesto que entre los 370 atractivos inventariados cuenta con 179 que han sido clasificados como manifestaciones culturales según el MINTUR(2020), los cuales se encuentran localizados a lo largo de todo el territorio, sumado la identidad cultural arraigada, sus costumbres y tradiciones. No obstante, a pesar de su fuerte potencial el turismo cultural no se ha desarrollado caracterizándose como deficiente, evidenciándose el desaprovechamiento total. El mismo que ha sido propiciado por la falta de interés de las autoridades competentes en promover y efectuar acciones que estén orientadas al diseño de productos de mayor relevancia como se lo ha podido mencionar en este apartado.

A lo anteriormente planteado, se le suman otras problemáticas que giran en torno al desarrollo del turismo como la desarticulación del patrimonio y los recursos no naturales dentro de los paquetes y proyectos generados tanto a nivel local como nacional. De igual manera, se evidencia la falta de interés de los gestores, administraciones e inversionistas en potencializar el turismo de cultura en la provincia a través de procesos indispensables como la planificación y promoción fundamentalmente, mismas que tradicionalmente han estado sujeta al turismo de sol y playa (Jijón y Rivera, 2020). Por lo que, en consecuencia, los destinos que tienen vocación de la tradición y sus manifestaciones y que no se encuentran en zonas costeras ciertamente no presentan la capacidad en referencia a infraestructura básica y turística que soporte el desarrollo de la actividad, ya que la mayoría de ésta se recoge en destinos costeros.

Al igual que a nivel macro, se suscitan graves deficiencias con respecto a la gobernanza como proceso óptimo de gestión que en la provincia de Manabí se acentúa aún más, puesto que impera la cultura individualista sobre la asociatividad y la realización del trabajo coordinado evidenciado entre el sector público, privado y más con el local, el cual es parte fundamental dentro del desarrollo del turismo cultural. Igualmente impera dentro del territorio el desconocimiento de las potencialidades del mismo, así como también sobre la demanda, lo cual ha incidido en que no se generen las acciones concretas que conduzcan al aprovechamiento de los recursos y patrimonios culturales (Reyes, 2016).

El cantón Montecristi es una zona rica culturalmente, poseedora de variados recursos y patrimonios culturales que se destacan a nivel nacional e internacional. Es considerada como la capital religiosa de Manabí según lo menciona el INPC (2015) y en el marco de la devoción cristiana es capaz de competir con las ciudades católicas más importantes de América. Aquí se levanta el santuario de la Virgen de Monserrate donde anualmente se movilizan centenares de visitantes en procesiones que aprovechaban este momento para adquirir sumado a esto poder relacionarse un poco más con la cultura local. De igual manera se destaca la confección del famoso sombrero de paja toquilla declarado por la UNESCO como

Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad en 2012 (PDOTM, 2016). Además, Montecristi en la provincia de Manabí es el Cantón con mayor actividad artesana donde sobresalen comunidades como: la Pila, las Pampas, el Mangle, la Solita, los Bajos, Toalla Chica y Toalla Grande.

A pesar del fuerte índice de potencialidad y vocación al turismo cultural desde la perspectiva religiosa, patrimonial, artesanal, arqueológica en el cantón Montecristi, el desarrollo del turismo es incipiente debido al desaprovechamiento de su potencial acondicionado por inadecuado aprovechamiento de los recursos que poseen. También se constituye como parte de la problemática central de investigación la deficiente planificación turística, concretamente en el diseño de la programación estratégica puesto que no contemplan planes y programas que promuevan el desarrollo del turismo cultural, sumado a esto los insipientes recursos económicos dirigidos a este sector que ha repercutido en que no se ejecuten proyectos de relevancia de corto y mediano plazo.

Consecuentemente, entre otra de las razones limitantes se evidencia que en el cantón no se contempla los procesos pertinentes de identificación de las modalidades y recursos susceptibles y potenciales para su desarrollo ligado al aspecto cultural, acondicionada por la insuficiente información turística reflejada en la desactualización de datos respecto a los inventarios y catastros así como por los escasos instrumentos de evaluación que propicien un análisis desde las distintas dimensiones que permitan elaborar estrategias, por lo que claramente no se han direccionado acciones estratégicas que contribuyan al fomento del desarrollo turístico local generando un desconocimiento del potencial real de la zona (Reyna y Silva, 2016).

Por otro lado, otra de las causales que contribuye al problema central está ligado a la pésima condición de los servicios básicos y su vida útil, así como también la planta turística denota la carencia infraestructura de calidad, en especial en las zonas rurales, donde se localizan varios de los atractivos y patrimonios culturales. Otras de las problemáticas que se suscitan en este sector es el desinterés de las autoridades en atraer la inversión y con ello acarrea la falta de implementación de

emprendimientos, además de no delinear acciones y/o proyectos dirigidos a mejorar la planta turística, esta situación que es la que no permite atraer a los turistas interesados en conocer el cantón y por ende refleja la limitada oferta de productos al igual que la insuficiente capacidad de sostener el desarrollo de las actividades turísticas.

Es imperante destacar parte de la oferta de atractivos culturales, haciendo énfasis especialmente el tejido tradicional de los sombreros de paja toquilla, al ser una técnica tradicional/artesanal y conocimiento trascendental corre el riesgo de perder esta transmisión cultural, sumado a esto la migración de población activa joven quienes buscan fuera nuevas plazas laborales u ofertas de trabajo, las cuales acarrear en las principales problemáticas de desarrollo de Montecristi (PDOTM, 2016) esto también condicionado por la inexistencia de políticas que promuevan la recuperación, fortalecimiento y mejoramiento de los recursos para su salvaguarda.

También se puede mencionar que se presenta en el territorio, al igual que en los anteriores niveles, existen escasos niveles de gestión turística entre actores que trabajen de forma articulada entre el Gobierno, sector privado y la comunidad local, ello ha conllevado a que no se maneje de forma eficiente los recursos no naturales y, a su vez, no se aproveche el potencial del desarrollo del turismo cultural, según Cumbicus y Ferrín (2018). De igual manera, los actores intervinientes en la actividad no poseen las capacidades suficientes y necesarias para trabajar en turismo, sea desde el sector público como privado, por lo que ello incide en la deficiencia en los servicios de recreación y ocio.

Finalmente, el cantón no efectúa un proceso de comercialización óptimo que esté plasmado en un plan de marketing acorde a la promoción turística cultural, por su parte (Delgado *et al*, (2021), menciona que este debe ser en donde se contemple el conocimiento de la demanda potencial para en base a ello diseñar una oferta óptima en función de las potencialidades del territorio y los requerimientos del mercado, colocada en las plazas adecuadas y promocionada en los canales efectivos y de preferencia, lo que ha conducido a que Montecristi sea considerado

como un destino de paso más no para pernoctar en él, limitando en el desarrollo turístico a pesar de la fuerte potencialidad en turismo cultural.

Atendiendo a los factores planteados y en respuesta a la problemática de la presente investigación surge la siguiente interrogante:

¿De qué manera la evaluación de las potencialidades turísticas fomentaría el desarrollo del turismo cultural en el cantón Montecristi?

## **1.2. JUSTIFICACIÓN**

### **1.2.1. TEÓRICA**

Desde la dimensión teórica, el presente trabajo es factible debido a que se sustenta en preceptos teóricos obtenidos de la revisión bibliográfica y de documentación oficial con respecto a la evaluación de las potencialidades turísticas y turismo cultural que referencian a la variable independiente y dependiente del estudio, que permitieron la construcción de un marco teórico referencial como sustento y base para el desarrollo de la investigación que se conformó de un total de nueve epígrafes. Por lo que para efecto ésta fundamenta su realización en los preceptos expuestos por Mass (2018) y Zimmer y Grassman (2016) enfatizan que la evaluación de las potenciales de un determinado destino depende en gran medida el desarrollo y éxito de la actividad turística, indistintamente la modalidad, no obstante, se hace alusión especial al turismo cultural. En este sentido, acorde a lo señalado por la SECTUR (2017) toda zona que considere desarrollar o ampliar su turismo debe evaluar cuidadosamente su potencial.

En efecto, la investigación se cimenta bajo el marco de una base teórica que a través de la aplicación conceptual ligada al tema de estudio condujeron a determinar los medios para la solución de la problemática identificada. Por otro lado, se pretende contribuir a la literatura vinculada a la temática de evaluación de las potencialidades y desarrollo del turismo cultural a través de los preceptos y fundamentos referenciados que servirá como marco referencial teórico, así como también aportar



al conocimiento de la realidad del cantón objeto de estudio y las potencialidades turísticas del mismo para las futuras investigaciones.

### **1.2.2. METODOLÓGICA**

Metodológicamente, la investigación se justifica en función del análisis de diversas propuestas que están relacionadas al tema de evaluación de las potencialidades turísticas emitida por autores como Baños y Matute (2011), Troitiño (2014), Escobar et al. (2015), Reyes (2015) y Vendramini (2018), donde cada una presenta fases y procedimientos indistintos, constituyéndose en antecedentes del trabajo, a través de la cual se determinó que la más adecuada es la propuesta Vendramini (2018), sobre la base de SECTUR (2010) de modo que ello permitió fijar los lineamientos necesarios que condujeron el desarrollo de la indagación y con ello el efecto y consecución de los objetivos establecidos en el presente trabajo de titulación. Donde a través de la realización de las actividades con sus respectivos métodos analítico-sintético esencialmente, como la revisión bibliográfica y la revisión de documentos oficiales del GAD Montecristi, así como por medio de las técnicas y herramientas entre las que destacan las, encuestas, entrevistas y fichas de caracterización reflejadas en el desarrollo de la investigación.

### **1.2.3. PRÁCTICA**

El trabajo de titulación justifica y pone en evidencia su importancia práctica puesto que a través del desarrollo de la propuesta se pretende incidir en la problemática identificada y con ello aportar con soluciones pertinentes. Y es que mediante la evaluación de las potencialidades turísticas del cantón se podrá corroborar el tipo de turismo preponderante desde la perspectiva técnica manejando diversos criterios que conducirán a determinar el índice del potencial del turismo cultural en el mapa de potencialidades y generar con ello una línea base que permitirá diseñar estrategias concretas y óptimas para incidir en el deficiente desarrollo del turismo cultural y aportar al fomento ideal de dicha modalidad en Montecristi acorde a sus características y atributos.

Además, se generó una línea base de información actualizada acerca de la oferta del turismo en Montecristi, la cual comprende fichas de inventario turístico y jerarquización actualizadas, logrando así establecer un diagnóstico actual que permitió conocer el estado de los recursos culturales en referencia a la demanda potencial. De igual manera, la investigación servirá como una herramienta clave para realizar las evaluaciones pertinentes en destinos y recursos que pueden ser adaptadas a las realidades de los territorios y, por último, la propuesta estratégica servirá como guía para fomentar el desarrollo turístico en zonas de estudios que presenten características similares.

#### **1.2.4. SOCIOECONÓMICA**

Bajo la premisa de que el turismo, independientemente de la modalidad hacia la que esté orientada, es fuente de desarrollo socioeconómico local, y es aún más significativo cuando se refiere al turismo cultural, debido a que las comunidades están estrechamente involucradas y relacionadas a la actividad (Narváez et al., 2017), de modo que los beneficios e impactos generados se suponen son directos, siempre y cuando como manifiesta Caldevilla, García y Barrientos (2019) se logre “una distribución justa de los beneficios” (p. 63).

En base a lo expuesto, se justifica desde la perspectiva socioeconómica la realización de la presente investigación puesto que a través de los resultados de la evaluación de las potencialidades turísticas del cantón Montecristi se propondrán una serie de estrategias ligadas al impulso y consolidación del turismo cultural, desarrollo y creación de productos turísticos, fortalecimiento del marketing y la gobernanza, que pretenden en su conjunto incidir en el fomento del desarrollo del turismo cultural, contribuyendo al progreso sostenido desde la perspectiva económica y social en la zona.

De igual manera, el propósito consecuente del trabajo es de determinar los sitios con sus respectivos atractivos potenciales de cara al turismo cultural, de modo que el fomento de éste promueva la atracción de turistas y con ello, el ingreso de divisas,

así como también el desarrollo traiga consigo la creación de fuentes de empleo con la generación de emprendimientos, la revalorización y rehabilitación del patrimonio cultural, la mejora de la infraestructura de los servicios básicos, la creación de infraestructura turística y de apoyo a la actividad, la asociatividad de los emprendimientos, la articulación de los actores claves públicos, privados y locales, en donde los beneficiados serán la comunidad local mejorando la calidad de vida de los mismos.

### **1.3. OBJETIVOS**

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

Evaluar las potencialidades turísticas que fomenten el desarrollo del turismo cultural en el cantón Montecristi.

#### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

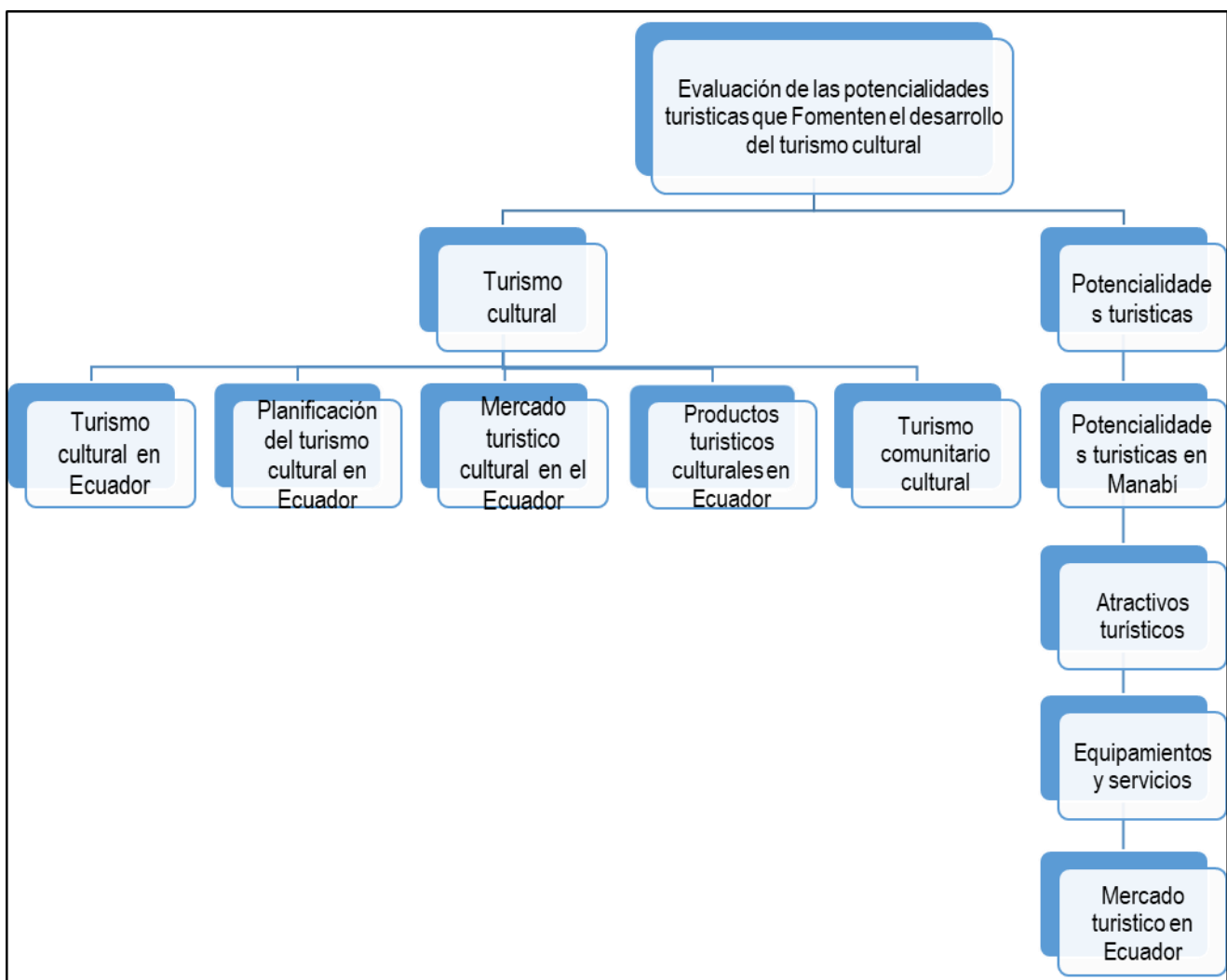
- Diagnosticar la situación social, económica y turística del cantón Montecristi que contribuya al desarrollo del turismo cultural.
- Evaluar atractivos turísticos para la determinación de potencialidades del turismo cultural
- Elaborar estrategias de acción para el desarrollo de productos turísticos culturales

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

Si se evalúan las potencialidades turísticas entonces es posible que se contribuya al fomento del desarrollo del turismo cultural en el cantón Montecristi.

## CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

El presente marco teórico referencial abarca temas de la variable dependiente e independiente del objeto de estudio; para ello se realizó la búsqueda de información bibliográfica y documental de diversos autores los cuales permitieron crear un lineamiento conceptual-referencial, fundamentado con aportes de estudios científicos. A continuación, se detallarán en la figura 2.1 el denominado del hilo conductor:



**Figura 2.1.** Hilo conductor del Marco teórico

**Elaborado por:** Los autores

## 2.1. TURISMO CULTURAL EN ECUADOR

El turismo forma parte de uno de los más importantes sectores económicos a nivel mundial, siendo objeto de estudio en diversos destinos y Ecuador no es la excepción, puesto que este sector ocupa el tercer lugar en importancia económica como actividad no petrolera después del camarón y banano según el MINTUR (2019) que generó en 2018 alrededor de \$1.878 millones de dólares estadounidenses. De cara a su importancia, esta actividad económica opera como fuente de oportunidades para la modernización socioeconómica y cultural de un área geográfica, siendo el patrimonio un factor de cohesión social por las importantes sensibilidades a las que afecta (Perona y Molina, 2016).

Desde el punto de vista de Gambarrota y Lorda (2017) esta una actividad que en la actualidad es reconocida como motor de desarrollo en un territorio provocando que los distintos gobiernos y entidades privadas, le otorguen una mayor atención promoviendo diferentes programas y actividades de fomento a la misma. En este sentido, el turismo puede convertirse en una estrategia de desarrollo local y regional teniendo en consideración que se amplían cada vez más las modalidades de turismo, ajustándose no sólo a las necesidades de los consumidores, sino que también responden al potencial, capacidad y atributos del destino. Por tal razón, al sector turístico se le ha prestado más atención en el país incluyéndolo como estrategia de desarrollo en la planificación nacional (Loor et al., 2018).

Evidenciando las variadas ventajas del desarrollo del turismo en los destinos puesto que las mismas impactan positivamente desde varios ámbitos englobando a la localidad, en su desarrollo económico y en la calidad de vida de las personas (Gambarrota & Lorda, 2017). Si bien puede generar aspectos negativos que influirán directamente en la población local (alta dependencia de la actividad turística, aumento de precios, degradación del espacio y contaminación), los cuales, con una adecuada planificación, pueden atenuarse o evitarse. Y es que, en la actualidad la creciente demanda de destinos y experiencias alternativas ha propiciado que todos los espacios sean potencialmente turísticos, en razón a su especificidad.

Ciertamente, en la actividad turística según Huertas et al. (2020) se pueden diferenciar dos modelos los cuales están asociados al turismo de masas y, por otro lado, el alternativo. Dentro de éste último se despliega una gama de tipologías, entre las que destaca el de cultura. Y es que la incorporación del tema cultural no como factor o área específica de la vida social dedicada exclusivamente a los asuntos patrimoniales o artísticos, sino constitutivo del ser, del ethos (su devenir histórico) de los pueblos debe en principio asumirse como asunto de interés público y político que haga del recurso cultural un catalizador de los procesos de desarrollo (Yáñez, 2018). Por lo que se puede afirmar tras lo planteado que la cultura está estrechamente relacionada con la actividad turística, más aún en el país siendo un destino preponderantemente de turismo cultural, donde el desarrollo de éste depende exclusivamente de todos los actores intervinientes.

Siguiendo con la lógica, la cultura es el contexto general en que se desarrolla la actividad turística, y es que independientemente de la modalidad de turismo que se realice siempre hay un tipo de contacto con la cultura receptora, contacto que se incrementa a medida que el patrimonio, las costumbres y las actividades de las comunidades rurales y urbanas se asumen como recurso para el despliegue de actividades de ocio y recreación. Por ello se puede afirmar que, la cultura otorga entonces un valor agregado al producto turístico y lo convierte en una industria cultural en la cual libros, revistas, espectáculos de luz y sonido, videos reinventan los paisajes culturales.

Si bien es cierto, de manera tradicional el turismo no ha sido una de las actividades económicas prioritarias en Ecuador, sin embargo, en los últimos 14 años el gobierno nacional ha venido realizando múltiples esfuerzos por lograr posesionar a nivel internacional como un destino atractivo debido a que este es bien conocido por su riqueza en diversidad biológica, histórica y cultural, siendo este último el de mayor connotación de interés por los turistas extranjeros. Lo señalado se fundamenta en las estadísticas del MINTUR (2020) donde se expone que el componente cultural con un 48.9% es uno de los factores motivacionales más importantes que atraen el flujo turístico al país. A partir de ello, se han redirigido las estrategias y programas

hacia lo cultural y comunitario, referenciándose el cantón Playas donde se trabajó en un modelo de sostenibilidad sociocultural de desarrollo del turismo con la finalidad de diversificar la oferta turística cultural según Quintero (2016).

Y es que la riqueza cultural que posee el territorio ecuatoriano reflejada en su patrimonio es un factor que genera posibilidades de desarrollo según Freire (2011). En efecto la cultura, los bienes muebles e inmuebles, usos y costumbres, gastronomía, ritos y la vida cotidiana se perfilan como activos que pueden contribuir al desarrollo socioeconómico de comunidades, empresas o individuos; esto aporta elementos para la distinción que se hace de la cultura como un medio (recurso para mejorar las condiciones de vida), pero también como un fin en sí mismo, en el sentido identitario como país pluricultural.

En efecto, turismo y cultura son interdependientes, esto reclama una ubicación equilibrada en la cual la actividad no sea percibida como la panacea a los problemas del subdesarrollo y tampoco como amenaza destructora que pone en peligro el patrimonio y la identidad de los pueblos. A pesar de que para Yáñez (2018) esto último se ha asumido al menos en el discurso político así también como factor de desarrollo en Ecuador como otros países del continente en concordancia con el Ministerio de Cultura y Desarrollo de Guatemala (2019) señala que “el turismo cultural puede coadyuvar al reforzamiento de la identidad en el país y por esa vía actuar como un antídoto frente a los efectos homogeneizadores de la globalización”. En ese sentido, las políticas públicas, en especial, las culturales, medio ambientales y de ordenamiento territorial juegan un papel crucial como elementos reguladores frente a la organización turística del espacio que tiende a transformar el significado y uso social de los lugares; esta la primera tensión a la cual se enfrentan las culturas nativas o arraigada a su patrimonio.

Ahora bien, para el Sernatur (2015) el turista cultural se caracteriza por una serie de motivaciones como el deseo de instruirse, estudiar costumbres, la vida de los pueblos extranjeros, conocer monumentos artísticos o históricos, ver grandes realizaciones humanas, al igual que incluye la asistencia a eventos de folclore, teatro, danza, música, entre otros. Es por ello que, el turismo cultural se define como

aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico (Deliro, 2015). En efecto, aquella persona que disfruta o adquiere un producto turístico cultural, es concebido como un turista más vivencial ya que no solo disfruta del tiempo libre, sino que también se interesa por conocer más acerca del lugar donde se encuentra, por lo que una característica del turismo cultural que se percibe a raíz de la definición es la relación directa con la comunidad local, sus gente y su involucramiento con las diferentes actividades diarias y aquellas que forman parte del amplio bagaje cultural.

Para Morere (2017) los turistas con interés especial en la cultura, corresponden al segmento turístico, es decir, su tamaño y valor son directamente imputables a los valores culturales del país que motivan a los turistas a realizar un viaje. El turismo representa una oportunidad de aprovechar el patrimonio cultural si se planea, organiza y promueve, generando recursos para su conservación y desarrollo. Lo expuesto deja ver claramente que la actividad por sí sólo no puede generar desarrollo, sino que necesita una serie de factores condicionantes para el éxito de la actividad turística como lo son la gestión en un proceso de gobernanza articulada y la planificación fundamentalmente.

Desde tiempos remotos el Ecuador se ha caracterizado por albergar en su territorio diversidad de patrimonio cultural y por ende posee un gran legado que fortalece la identidad y la diversidad con características tangibles e intangibles diferenciadoras que transforman la economía del país; gracias a estas particularidades se crean productos innovadores, los cuales son ofertados al mercado que desea visitar la nación para conocer y sobre todo trasladarse al pasado (Intriago y Marcillo, 2019). Consecuentemente, el valor de la cultura para la industria turística es indudable además de ser un factor clave, convirtiéndose para Morere (2017) en un atributo diferenciador como base para desarrollar actividades para los turistas, por lo que en consecuencia el valor para el turismo da coherencia a la oferta de los destinos, aumenta la competitividad, genera un alargamiento de la estadía, incrementa el gasto y



contribuye a la satisfacción de los turistas y anfitriones, lo cual evidentemente hace referencia al desarrollo sostenible.

El mismo autor señala que el patrimonio se puede clasificar en dos tipologías que van desde lo tangible hasta lo intangible, el cual se describe a continuación:

- **Patrimonio cultural tangible:** Se refiere a los elementos materiales de valor monumental, artístico o simbólico de que los pueblos van elaborando o edificando a través de su historia y pueden ser observados, palpados y disfrutados en el momento actual. Ese concepto abarca todo tipo de objetos muebles e inmuebles que forman parte del acervo del país.

- **Patrimonio cultural intangible:** Se refiere a los valores no materiales que forman parte del patrimonio, como las técnicas de producción e intercambio, las crónicas y leyendas, los emblemas y las figuras históricas, las fiestas y ceremonias, las representaciones teatrales y musicales, entre otros.

- Arqueología
- Arquitectura
- Artesanía
- Museos
- Gastronomía
- Tradiciones y festividades

En efecto, referenciar al turismo cultural en Ecuador según López et al. (2017) es describir, sin duda alguna, no solo al comportamiento social o idiosincrasia de su población, mismo que está ligado al comportamiento, actividades económicas, productivas, entre otras, sino también a la relación que se hace al patrimonio, ya sea este material o inmaterial. Es necesario destacar que el país posee 5 Patrimonios asociados directamente con la cultura:

- Los centros históricos de Quito y Cuenca, estos dos con denominación de “Patrimonio Material Cultural de la Humanidad”
- La Música y Cantares de Marimba del sur de Colombia y la provincia de Esmeraldas en Ecuador bajo la denominación de “Patrimonio Inmaterial de la Humanidad”

- Como “Patrimonio Inmaterial de la Humanidad” el tejido fino del sombrero de Paja toquilla de Montecristi en Manabí y en la provincia de Cuenca.

En este sentido, el turismo cultural en el país es la sinergia de dos factores de interés para la comunidad tanto nacional como internacional, por un lado, el turismo se presenta como oportunidad que través del uso turístico del patrimonio le otorga un valor añadido y, por otro lado, funciona como estrategia de conservación y desarrollo de la cultura. En consecuencia, se hace evidente la importancia intrínseca con respecto a este tópico puesto que esta interrelación permite identificar productos turísticos culturales, las necesidades de conservación y revalorización, así como también la capacidad de desarrollo de las comunidades.

Para Sandoval (2017) los mayores porcentajes de concentración turística “en Ecuador se suscitan en destino como Quito, Guayaquil, Santa Elena y Cuenca ya que estos destinos u espacios poseen atractivos relacionados al patrimonio cultural inmaterial” (p.78). Lo planteado evidentemente demuestra sin duda alguna que el componente cultural en estos destinos constituye la esencia de los pueblos, así como el valor simbólico a los cuales pertenecen los denominados patrimonios, lo que permite entrever al visitante una diversidad cultural con condiciones diversas de interculturalidad en exposición continua de lo tangible e intangible. Por lo que en este sentido también se demuestra la capacidad de atracción de los destinos que orientan su oferta hacia dicha modalidad, así como a su vez, el interés de los mercados por visitarlos.

En concordancia con Freire (2011) el turismo cultural se ha constituido como un fenómeno socioeconómico que está creciendo vertiginosamente debido al éxito del modelo en las ciudades patrimoniales, al igual que su progresión está en función de los requerimientos del mercado que en la actualidad buscan mayor interacción cultural en los destinos. Razón por la cual, dentro de la cartera de productos del país, así como también entre los atributos promocionales se toman en consideración el patrimonio que engloba la cultura ecuatoriana; no obstante, el desfase legal al igual que la deficiencia en otros componentes propiciantes para el desarrollo de esta

modalidad son aún palpables sumado el trabajo descoordinado de los actores públicos, privados y locales para efecto de la misma (Loor et al., 2018).

En función de lo planteado se expone finalmente que el turismo cultural es un modelo factible que se constituye como factor clave de desarrollo socioeconómico para las comunidades receptoras, accionada por un proceso de gobernanza óptimo donde se generen procesos articulados con los sectores públicos, privados y locales para la planificación, gestión y promoción del destino. Específicamente, se demuestra que la oferta turística del país fundamentalmente está orientada hacia el turismo cultural, por las características del mismo, convirtiéndolo en polo potencial en esta modalidad como en ciudades posicionadas destacando Quito y Cuenca, reconocidas por su patrimonio cultural material e inmaterial, por lo que es necesario realizar los procesos adecuados para fomentar el desarrollo de ésta tipología en todo el país.

## **2.2. PLANIFICACIÓN DEL TURISMO CULTURAL EN ECUADOR**

Para poder comprender cómo se lleva a cabo la planificación o planeación del turismo cultural independientemente del lugar o destino, en este caso haciendo referencia específica cómo se ha venido desarrollando el proceso dentro del territorio ecuatoriano, resulta preciso estudiar las características y elementos que comprende la planeación turística asociada al turismo cultural. A continuación, se aborda lo mencionado en el naciente apartado dándole un enfoque más amplio, y es que en la literatura se encuentran diversidad de definiciones en donde autores coinciden y otros discrepan, sin embargo, referentes en el tema como Orgaz (2013), Velazco (2016) e Hidalgo (2017) concuerdan en su sentido más amplio en que ésta responde a un proceso de proyección del desarrollo deseado al mediano y largo plazo de los objetivos a través de lineamientos estratégicos, resultando una línea base para la toma de decisiones.

En función al párrafo antecesor, la planificación se llega a entender como el proceso que implica la definición de metas a través de medios necesarios para cumplir los

objetivos planteados dentro del turismo, por lo que consecuentemente ésta debe proveer la información acorde y necesaria para la toma adecuada de decisiones a los gestores y administradores. Además, la planificación va más allá de lo tradicional acorde a lo expuesto tiene un enfoque de prospección que permite prever y estar preparado para afrontar los cambios que se producen en el entorno.

Centrándose en el sentido esencial de la planeación que comprende la racionalización del futuro en función de los escenarios más actuales previendo el rumbo que se debe seguir, ésta se constituye como una herramienta que provee las capacidades para afrontar los cambios bruscos del entorno de la mejor forma. Y es que, la planificación concibe alcanzar lo planteado mediante la fijación de principios orientados, estableciendo procesos para que los cambios que lleguen a presentarse en el ambiente puedan llegar a adaptarse a las acciones estratégicas para la organización y el cumplimiento de objetivos estratégicos.

En efecto, no es desconocido que el proceso de planificación trasciende y es necesario tanto como aplicable en cualquier ámbito, por lo que la actividad turística no es la excepción. Y es que la planeación como herramienta, independientemente de la escala ya sea a nivel internacional, nacional, regional o local, así como la modalidad o subsector empresarial es esencial para lograr el éxito del desarrollo, gestión y manejo de la actividad (OMT como citó en Socatelli, 2018). Entendiéndose de forma generalizada como el resultante de la definición de metas y medios para alcanzar el desarrollo del sector que se da a través de un proceso.

En este sentido, se puede determinar que la planificación turística es un proceso y, a su vez, un instrumento requerido en el sector turístico y más aún para el desarrollo de una modalidad en específico, ya que mediante la correcta planeación se garantiza el éxito de la actividad y su integración en la esfera económica, sociocultural y ambiental respondiendo a las exigencias que implica el actual desarrollo que está orientado hacia la sostenibilidad. Por otro lado, contribuye a lograr uno de los fines últimos del turismo que radica en la satisfacción de la demanda, convirtiéndose en un componente indispensable para la viabilidad de los proyectos turísticos con respecto al mercado y a la competencia creciente.

En concordancia con Pérez (2013) particularmente los destinos con potencialidad en turismo cultural afín de llevar a cabo actividades que hagan uso correcto del patrimonio tanto tangible como intangible y de minimizar los efectos negativos sobre la cultura y otros resultantes del ejercicio del turismo resulta necesario planificar la actividad. Por otro lado, de cara a la presión inherente de la conservación de los componentes culturales en Ecuador y, por otro lado, la presión de la adaptación de éstas zonas o recursos al ámbito turístico ha supuesto según Marrero y Abdul (2011) la implementación de herramientas que permitan establecer el equilibrio y, a su vez, maximizar los beneficios desde las perspectivas económica, sociocultural y ambiental destacando la planificación y una gestión efectiva.

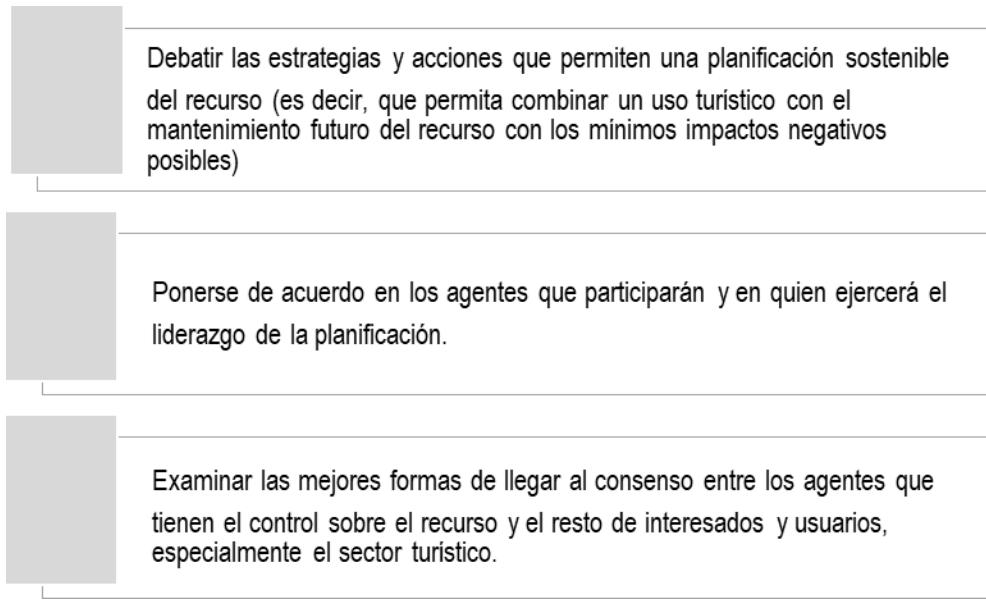
Sin embargo, exponen Prada et al. (2018) que a pesar del potencial que posee Ecuador como destino cultural sólo unas cuantas ciudades son reconocidas por su patrimonio y cultura, por lo que ello devela las deficiencias de planificación orientada hacia dicha modalidad con respecto a casos como en Quito y Cuenca, que dirigen sus esfuerzos en materia de planeación con resultados prácticamente exitosos. Evidenciando además el reto que tiene que enfrentar las autoridades competentes para alcanzar el desarrollo deseado del turismo cultural en el país, y es que si bien es cierto se han efectuado planificación nacionales de turismo en los últimos 14 años no se ha enfocado solamente en desarrollar una modalidad sino han sido generales; aunque cabe destacar que dicha tipología ciertamente ha ganado mayor relevancia dentro del turismo alternativo junto la modalidad de naturaleza y comunitario (Ortiz et al., 2018).

Tradicionalmente la planificación del turismo se ha caracterizado como deficiente, por lo que, en consecuencia, el turismo cultural ha surgido sin horizonte puesto a que a nivel nacional no se ha trazado un proceso óptimo de planeación por lo que ello ha incidido en el limitado desarrollo de la modalidad. Así como también la falta de aplicación y cumplimiento del marco normativo a pesar según Sandoval (2017) del planteamiento políticas, normas y procedimientos técnicas vinculados al patrimonio y cultura se constituyen como problemáticas que giran en torno al tema. Por otro lado, desde la academia se han generado múltiples investigaciones que

tienen como propuestas el diseño de planes de desarrollo del turismo cultural en zonas indistintas del país, de entre las que se destaca “Desarrollo de un plan estratégico de turismo cultural en la ciudad de Guayaquil” por García y Rugel (2016) que contempla como pasos los siguientes que se exponen a continuación:

- Aprobación de desarrollo del plan
- Conformación de una comisión especializada que articule los actores claves
- Diagnóstico la situación del turismo cultural en Guayaquil
- Determinación de estrategias
- Diseño de programas con sus respectivos proyectos y actividades,
- Aplicación del plan
- Control, supervisión y evaluación de la planificación

Evidenciándose la necesidad de planificar el desarrollo del turismo cultural a nivel nacional de modo que se diagnostiquen las necesidades y condiciones que ciertamente implica el uso turístico, para a partir de ello generar experiencias exitosas y, sobre todo, sostenibles para las localidades y su cultura, persiguiendo el desarrollo integral en un sentido más amplio. Pero antes, resulta imprescindible saber cómo se planifica turística lo relacionado con la cultura y patrimonio, para Gonzáles y Pérez (2012) se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos que se presentan en la figura 2.2:



**Figura 2.2.** Aspectos a tener en cuenta en el proceso de planificación

**Fuente:** Elaborado por los autores a partir de Gonzáles y Pérez (2012)

Si bien es cierto, la planificación generalizada debe ser participativa la cultural lo es aún más. Por lo que claramente se trata de una tarea compleja que tiene que ser colaborativa, integrativa y participativa debido al carácter y enfoque de la misma, teniendo en consideración todos los aspectos de la zona y aquellas características culturales de los actores involucrados, desde sus deseos, principios y aspiraciones (Barreto, 2003), constituyendo la comunidad local un componente fundamental en el desarrollo del turismo cultural.

En la literatura se reconocen siete enfoques con los cuales comúnmente se relaciona a la planeación en el turismo, mismos que efectivamente para Pérez (2013) con respecto al turismo cultural se pueden tomar en consideración los enfoques generales y adaptarlos a la realidad que requiere la misma, los cuales enfatiza en el país es necesario desarrollar perspectivas de carácter comunitario, sostenible y estratégico que conduzcan a la progresión del sector local. Para Socatelli (2018) éstos no siguen un orden específico pero que siguen vigentes pudiéndose combinar con el propósito de la planificación. A continuación, se detallan estos enfoques:

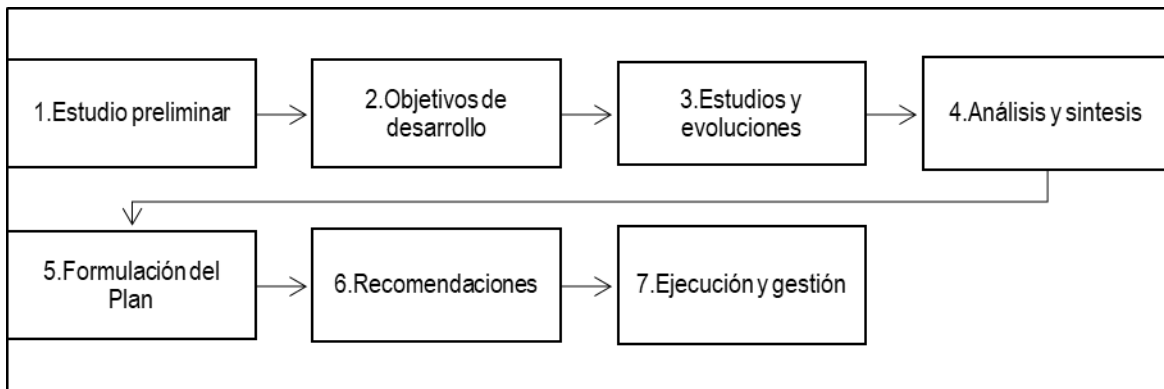
- **Enfoque tradicional.** El turismo y su desarrollo, mide sus términos turísticos

- **Enfoque Desarrollista.** El turismo es una actividad económica que puede llegar a componer parte del desarrollo social y nacional.
- **Enfoque económico.** En términos económicos y de desarrollo el turismo es una actividad exportadora que llega a generar divisas extranjeras
- **Enfoque Comunitario.** En términos socioculturales el turismo debe de controlarse localmente
- **Enfoque Sostenible.** El turismo está directamente influenciado por aspectos económicos, sociales, ambientales y políticos. El componente histórico como proceso en el desarrollo se orienta a la protección del patrimonio cultural y natural de los destinos, así como el equilibrio de la balanza económica
- **Enfoque Estratégico.** El turismo y su planificación es capaz de adaptarse a los contextos cambiantes e inciertos

Efectivamente, el turismo cultural en respuesta a las exigencias actuales en materia de desarrollo se alinea con los enfoques comunitarios y sostenibles integrando un carácter estratégico fundamentalmente. García (2016) reconoce a este enfoque dentro del contexto ecuatoriano como la clave para que el turismo cultural y patrimonial logre crecer sostenidamente y contribuya al desarrollo integral de las comunidades locales a través de la participación y gestión efectiva, por lo que en este sentido la planificación debe integrar en todo su proceso a la localidad, ya que éstos son el pilar fundamental para el éxito de la misma.

Por otro lado, en función de lo que menciona la OMT la planificación turística consta de procesos basados en estudios, análisis e investigaciones que logran la contribución del turismo a través del bienestar social y la conservación ambiental. A continuación, se muestra 7 etapas secuenciales que pueden llegar a modificarse con relación al enfoque de planificación y las condiciones locales. A continuación, se detallan las etapas en la figura 2.3:





**Figura 2.3** Etapas secuenciales de enfoque de planificación

**Fuente:** Elaborado por los autores a partir de la OMT como citó Socatelli (2018)

Ciertamente las etapas de planificación generales asientan las bases sobre cómo planear la actividad indistintamente de la modalidad, por lo que González y Pérez (2016) coincide en que el ejercicio de este proceso atraviesa las mismas fases, la planificación cultural toma como base las principales fases del proceso general, pero en este caso específicamente se incluyen otras etapas puesto que este enfoque integra a la comunidad, así como al resto de los involucrados en la actividad, por lo que se concluye que es participativa. Convirtiéndose parte Coronel (2020) la planeación del patrimonio cultural es uno de los elementos de mayor relevancia para el desarrollo turístico puesto que se retoma la idea acerca de que el patrimonio y la cultura en general es una de las mayores motivaciones que pueda llegar a tener el turista para poder desplazarse puesto que las ciudades suelen proveer un escenario propicio para la práctica del mismo. Entonces se determina que para que exista un desarrollo del crecimiento económico y desarrollo social se debe de establecer una planificación del territorio que favorezca a todos los actores involucrados en turismo y a la comunidad.

En efecto, la planeación el territorio dentro de la actividad implica la ordenación del mismo a través de la correcta distribución de los elementos físicos por los que están integrados con la finalidad de generar a partir de ello beneficios a la sociedad desde la perspectiva socioeconómica y ambiental a través del desarrollo del turismo (Antón y González como se citó en Coronel, 2020, p.15). En este sentido, la planificación territorial beneficia la optimización de los recursos indistintamente desde el punto

de vista de Coronel (2020) a diferencia de Socatelli (2018) donde la autora propone 3 tipos de planificación como se describe a continuación:

- **Planificación territorial:** Que es la que será realizada en un lugar en específico en referencia a sus características económicas y físicas a las que este se encuentre integrado.
- **Planificación Urbana:** Este se realiza en ciudades que cumplen con algunos elementos en su territorio que la diferencia de otros tipos de planeación ya que se maneja con características creadas por el ser humano cumpliendo con la funcionalidad en concreto es decir están hechas para cubrir una necesidad.
- **Planeación Sectorial:** Esta se realiza con el fin dar impulso a los actores que integran a país o nación, esta planeación tiene una base económica y da impulso a la vivienda, servicios médicos y educación

Sin embargo, González y Pérez (2016) exponen que en la planificación del turismo cultural se puede dar en tres escalas, puesto que adopta un carácter diferente según los niveles de la misma donde consecuentemente se necesitan distintos métodos, así como número indistinto de los actores involucrados en el diseño y efectivizarían de la programación estratégica trazada a pesar de que persiguen los mismos objetivos que generalmente radican en lograr el desarrollo. Por ello, seguidamente se expondrá los tipos de planificación según las escalas acorde los autores nombrados con anterioridad:

- **Planificación a escala regional del turismo cultural:** Establece tópicos para trabajar conjuntamente entre las distintas administraciones y ser aplicada a territorios a través de los gobiernos autónomos desde el ámbito de sus competencias. Abarcando elementos como la cooperación entre los actores del sector público, privado y local del turismo con respecto a la estacionalidad, información, promoción, asociatividad entre destinos y coordinación internacional.
- **Planificación a escala local o de destino del turismo cultural:** En este nivel planificativo los temas a tratar se van ajustando a las realidades del marco territorial y suponen tiene que ser diseñada por las administraciones

locales. Constituyendo aspectos claves la integración del destino en la planificación local, asentar los atributos caracterizantes del destino, aprovechar y reforzar el potencial turístico y fortalecer la cooperación de la gobernanza local, así como la integración de los recursos culturales y patrimoniales.

- **Planificación a escala del lugar turístico del turismo cultural:** En este eslabón la planificación requiere un nivel de compromiso mayor, puesto que se tangibiliza las acciones a través de la acción de los involucrados locales.

Entonces, dadas las siguientes argumentaciones con respecto a la planificación turística asociada a lo cultural como eje de desarrollo la planeación del espacio donde se realiza la actividad, sea esta llevada a cabo en un ámbito nacional, regional, zonal o local dependerá del espacio físico su economía y demografía al igual que estará sujeto también a los elementos que permiten el desarrollo de la misma. Estas planificaciones deben efectuarse en función de programas que son utilizados a nivel nacional y local según lo amerite el caso, ya sea que este cuente con elementos tangibles o intangibles (Coronel, 2020).

Se entiende por planificación cultural como la herramienta indicada para que los turistas que son motivados por este sector del turismo no ocasionen impactos significativos en la comunidad local ni con el medio ambiente al no ser en el aspecto económico. Sin embargo, la planificación del turismo cultural en sus expresiones de cultura material o simbólica como atractivo requiere del respeto, participación y estudio de la historia social de la comunidad (Barreto, 2018). Por lo que, al igual que en cualquier tipo de planificación independiente de la modalidad, la cultural también se centra en velar por el desarrollo sostenible de la actividad cultural desde el punto de vista económico, social y ambiental.

Por otro lado, aunque si bien es cierto a nivel internacional el máximo regulador del turismo es la OMT, cada país de manera interna cumple sus lineamientos territoriales y esta no es la excepción de Ecuador, al referirse de manera específica de planificación primero hay que realizar un sustento legal y para el ello el país cuenta con los siguientes cuerpos legales que respaldan la actividad turística y su patrimonio:

- Como entes reguladores nacionales se encuentra el Ministerio de turismo conocido por su abreviatura como MINTUR
- Ministerio de Ambiente conocido como MAE
- Ministerio de Cultura y Patrimonio
- Instituto de Patrimonio y Cultura definido como INPC por su abreviación
- Otros que vigilan los aspectos culturales de manera local como lo son coordinaciones zonales y las denominadas Casa de la Cultura.
- Como cuerpos legales, en su mayor denominación tenemos a la Constitución de la República del Ecuador, la ley Orgánica de Cultura y el Reglamento General a la Ley de Cultura

Cabe mencionar que, para lograr los principales objetivos de los cuerpos legales que den cumplimiento a la política pública relacionada a la cultura, la cual fomenta la implementación de normativas, metodologías e instrumentos técnicos necesarios para la salvaguarda y conservación de los bienes culturales y patrimoniales que garanticen el acceso público a éstos, así como el fortalecimiento de la identidad cultural a través de la Secretaria de Patrimonio la cual posee atribuciones y responsabilidades de las cuales se hacen mención de dos de ellas, que tienen relación directa con la planificación:

- Validar y revisar de manera técnica la propuesta de política nacional, normativa y reglamentación para el registro, inventario, catalogación, conservación, salvaguarda, fiscalización, restauración, difusión y puesta en valor de bienes culturales y patrimoniales;
- Aprobar planes, programas, proyectos y mecanismos para la gestión, conservación y salvaguarda del patrimonio cultural material e inmaterial

Como marco legal el presente trabajo se fundamenta en los principales actores de planificación como lo son el Plan nacional de Buen Vivir 2017-2021, el Plan Estratégico Institucional 2019-2021 y el Plan Nacional de turismo 2030:

1.- Plan nacional del buen vivir; Objetivo 9.- Garantizar la soberanía y la paz y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo

El presente objetivo tiene como finalidad aprovechar y potenciar las capacidades desarrolladas y fortalecer el posicionamiento estratégico y soberano en el país en el contexto regional y mundial en aspectos políticos, económicos, sociales, culturales y turísticos en el marco de protección y promoción de los derechos humanos y de la naturaleza, así como el aprovechamiento de la riqueza cultural patrimonial y natural (Cabrera *et al.*, 2017, p.50).

Asociado al tema de estudio de estudio del presente trabajo de investigación el objetivo 9 del plan Nacional del buen vivir busca el aprovechamiento de los recursos culturales y turísticos, así como del patrimonio natural, es por ello que es de suma importancia establecer fundamentos de desarrollo sostenible de la riqueza que posee el área de estudio.

2.-Plan Estratégico Institucional 2019-2021: Lineamientos estratégicos en el territorio nacional como se exponen en el cuadro 2.1:

**Cuadro 2.1.** Alineación ETN

Lineamientos de Estrategia Territorial Nacional –ETN	Pilar Estratégico Gabinete Sectorial	Estrategia intersectorial
b.2. Difundir y promover la riqueza cultural y natural del Ecuador, garantizando la protección y salvaguarda del patrimonio cultural, material e inmaterial del país c.3. Consolidar los centros poblados en las parroquias rurales son pertenencia social, cultural, ambiental, turística, y productiva con miras a fortalecer el desarrollo rural. d.1. Planificar el desarrollo económico sobre la base de la compatibilidad de usos y la vocación territorial, sus diversidades culturales y sus dinámicas socio-ambientales.	Desarrollo Productivo	Fomentar la promoción y diversificaron de los servicios turísticos nacionales , impulsando los encadenamientos productivos ; así como también la mejora de la capacidad instalada de emprendimientos turísticos, planificando estratégicamente los destinos con el potencial turístico generando acciones de incentivos y mercadeo que logren aumentar la demanda local y externa de servicios turísticos

**Fuente:** Elaborado por los autores a partir de la dirección de planificación e inversión del plan Estratégico del MINTUR (2019)

sin duda alguna este cuerpo legal asociado al turismo y la cultura es uno de lo más importante ya que el plan estratégico institucional 2019-2021 el cual menciona dentro de los lineamientos estratégicos en el territorio nacional la importancia de la

promoción y la diversificación de productos y el aprovechamiento de la potencialidad local para aumentar la demanda.

### 2.3. MERCADO TURÍSTICO CULTURAL EN ECUADOR

Para lograr entender cómo se manifiesta el mercado turístico en el Ecuador primero se realiza un abordaje teórico de las características y funciones del tema ya mencionado; según menciona el centro Europeo de Postgrado (CEUPE,2020) el mercado turístico es la manifestación que existe entre las relaciones económicas, consumidores de productos turísticos y productores en el cual se lleva a cabo el proceso de convertir los servicios turísticos en dinero. Interpretándose como el conjunto en donde confluye la oferta y la demanda básicamente.

La CEUPE (2020) menciona que es bastante complejo referirse al mercado turístico ya que comúnmente sus productos por lo general sino se suelen vender directamente se lo efectúa a través de intermediarios llámense estos, entidades comerciales, agentes de viajes, operadores turísticos y consumidor, entonces se puede comprender en un amplio aspecto que el mercado turístico es el sitio donde se compran y se venden los productos turísticos tours, servicios individuales o bienes para los turistas.

Cabe destacar que estas operaciones de compra y venta del producto no siempre se dan el mismo sitio puesto que el mercado turístico no se limita a un lugar en específico o zona geográfica, ya que los productos turísticos pueden tener espacio sin la participación directa del comprador y vendedor (por tv, telegrama, fax, por medio de un vale o por llamada telefónica, internet); sumado a esto existen condiciones básicas para que el mercado funciones de una manera eficaz estas condiciones básicas son:

- **Normas básicas.** - Esto referente a la seguridad y calidad del producto en relación a la calidad
- **Libre elección.** - Con relación a los gustos del consumidor

- **Libre competencia.** – Logar los objetivos de los participantes (venta de productos con el mayor beneficio)

Según CEUPE (2020) el mercado turístico moderno consta de las siguientes funciones en concreto:

- **Función de costo /valor:** Este uso incluido en el producto turístico el cual significa un intercambio de dinero y el producto
- **Función Organizar:** Este es llevar a cabo el proceso del producto turístico al turista (consumidor), da lugar a través de la red de agentes de viajes y productores turísticos.
- **Función Provisión Económica:** Se puede comprender que el proceso de intercambio mutuo de dinero – producto turístico en un mercado de distribución es necesario como fase.

El turismo siempre ha estado emparentado al patrimonio y la cultura de un destino, como resultado de este innegociable vínculo existen más de 1.000 lugares o sitios considerados como Patrimonio de la Humanidad de los cuales 197 son naturales, 802 culturales y 32 mixtos, los cuales están localizados en más de 160 países. En efecto las zonas con mayores tenencias y denominaciones patrimoniales son coincidentemente los destinos top como el caso de Italia, China y España. En relación a la oferta y demanda del turismo cultural en las últimas décadas esta ha evolucionado, según la OMT estima que el turismo cultural representa aproximadamente el 37% del total del sector turístico y que va en aumento anual de un 15% (López, 2016).

En las últimas décadas el mercado turístico ha evolucionado, los turistas requieren una mejor calidad de servicios que provoque mejores experiencias, lo que los ha vuelto más exigentes, es por ello que los actuales demandantes se rigen por nuevas necesidades, así como las tendencias que se generan continuamente. Por ello, la mayoría hace uso de distintas herramientas como los famosos buscadores, donde se puede citar el caso de google trends, el mismo que efectúa un pequeño análisis de la demanda mundial por actividades turísticas categorizadas por la OMT,

excluyendo el “Sol y Playa” ya que pueden causar distorsión o pueden estar incluidas en otras categorías, donde expone el índice de búsqueda de popularidad de un destino, considerándose como indicador aproximado de la demanda potencial por sub-actividad en la industria turística; como se lo muestra a continuación en la figura 2.4:



**Figura 2.4:** Demanda mundial por actividades turísticas

**Fuente:** Google Trends (2019) como lo citó la Dirección de inteligencia de Mercados del MINTUR

En la figura 3 expuesta se puede interpretar el potencial de la demanda por actividades, de las cuales la aventura se concentra en los mercados norteamericanos, europeos y del sur de Asia, mientras que en la región latinoamericana y el continente asiático los turistas prefieren actividades del medio ambiente (natural), también se puede observar que Brasil, Chile y otros países de Sur América muestran interés por el mercado de actividades culturales fundamentalmente. Ahora bien, Ecuador es un país que como destino turístico ofrece un sin número de actividades vinculadas a la naturaleza siendo destino preferido para los denominados eco turistas, considerado uno de los países con mayor biodiversidad por kilómetro cuadrado. Cabe recalcar que Ecuador mantiene una ventaja comparativa en el ámbito cultural puesto que este posee diversos patrimonios culturales de la humanidad según la Unesco.

Según datos del MINTUR (2018) el tipo de mercado objetivo en el 2018 estuvo conformado por los países de Alemania, Canadá, Reino Unido y Estados Unidos,



donde éste creció en un 40%. Por otra parte, aquellos mercados de mantenimiento conformado por los países de Bélgica, Suiza, España, Francia, Italia, Países Bajos y Suecia crecieron en un 46.6% con respecto al año 2017. Por lo que ello pone en evidencia que dicho incremento se debe a la apertura de nuevas rutas aéreas desde Europa y Norteamérica.

Según los datos publicados por el MINTUR como se citó en el Plan Estratégico Institucional del MINTUR (2019) de “Perfiles de Turismo Internacional” el mayor motivo de viaje de las personas que arriban al Ecuador en calidad de turistas es por vacación, ocio y recreo (56.9%) pero la mayor actividad de interés está asociada al turismo cultural con (58,9%), le sigue el Ecoturismo con un (20,8%), el turismo de sol y playa (15,9), el turismo de deportes y aventura (3,2%) y otras actividades (1,2%). Por otra parte, entre aquellas provincias con mayor porcentaje de turistas extranjeros están Pichincha (65%) y Guayas con un (51%), lo cual se ve justificado por la presencia de los aeropuertos internacionales, también dentro de estos porcentajes se puede encontrar a Santa Elena con un (24,1%), Manabí (16,1%) y Galápagos con el (14%) constituyéndose las provincias con el mayor índice de visitas, en relación al perfil de visitantes que llegan a nuestro país a continuación se muestra en la figura 2.5:

TURISTA EXTRANJERO		TURISTA DE VACACIONES		TURISTA DE NEGOCIOS	
Características	Visita a familiares o amigos: 18.0%	Características	Guayas: 51.2%	Características	Guayas: 55.5%
Género: 58.0% masculino	Negocios: 17.1%	Género: 55.3% masculino	Santa Elena: 31.4%	Género: 62.4% masculino	Azuay: 12.4%
Edad promedio: 36 años	Estadia promedio: 8 noches	Edad promedio: 36 años	Tungurahua: 29.9%	Edad promedio: 43 años	Santa Elena: 9.4%
Motivo de viaje: Vacaciones: 56.9%	Gasto promedio * US\$ 1,283.7 por persona	Provincias más visitadas: Pichincha: 72.3%	Estadia promedio: 11 noches	Provincias más visitadas: Pichincha: 63.2%	Estadia promedio: 4 noches
		Gasto promedio * US\$ 1,299.6 por persona		Gasto promedio * US\$ 1,059.9 por persona	
TURISTA INTERESADO EN LA CULTURA		TURISTA QUE VISITA LAS ISLAS GALÁPAGOS		TURISTA COLOMBIANO DE FRONTERA	
Características	Guayas: 47.7%	Características		Características	o amigos: 29.4%
Género: 62.1% masculino	Azuay: 16.8%	Género: 53.2% femenino		Género: 54.8% masculino	Negocios: 14.5%
Edad promedio: 40 años	Imbabura: 14.4%	Edad promedio: 50 años		Edad promedio: 35 años	Estadia promedio: 11 noches
Provincias más visitadas: Pichincha: 63.8%	Estadia promedio: 7 noches	Estadia promedio: 6 noches		Gasto promedio * US\$ 457.9 por persona	Visita a familiares
	Gasto promedio * US\$ 869.9 por persona	Gasto promedio * US\$ 1,310.5 por persona			

Figura 2.5. Perfil del Turista en Ecuador

Fuente: Dirección de Inteligencia de Mercados MINTUR, 2017

Como se puede observar en la figura 4 y en base al abordaje del epígrafe se corrobora que fundamentalmente el mercado emisor del turismo cultural prepondera en el país, así como también en el turismo de naturaleza, por lo que son las modalidades con mayor capacidad de desarrollo de cara al potencial que posee el país con respecto a ambos elementos. Lo cual se reafirma en el top 3 de ciudades que presentan mayor flujo de visitas que Son Quito, Cuenca y Guayaquil que son reconocidas por su patrimonio cultural. Precisamente este mercado es un nicho que representa un factor clave de desarrollo económico para las localidades puesto que el gasto promedio por PAX se acerca a los 900 dólares diarios, lo que evidentemente lo hace atractivo desde esta perspectiva.

Confirmando en base a lo planteado que existe mercado para el turismo cultural en el país que está interesado en esta modalidad, por lo que es necesario ampliar y mejorar la cartera de oferta de turismo cultural en el país, descentralizando la actividad de los imperios como las principales ciudades patrimoniales y potencializar el desarrollo de otras zonas que poseen altos índices de potencialidad referente a la modalidad, de modo que ello sea vehículo para el fomento del sector y, a su vez, para el desarrollo integral y sostenible de las comunidades.

## **2.4. PRODUCTOS TURÍSTICOS CULTURALES EN ECUADOR**

Antes de abordar los productos turísticos culturales en el país es necesario comprender qué es un producto y cómo está formado. En la literatura se encuentran infinidad de definiciones alrededor de éste término, el cual ha experimentado una evolución constante y ciertamente se ha convertido una odisea conceptualizarlo debido a las características propias del sector y su interdisciplinariedad; sin embargo, autores como Moreno (2011) y Sánchez et al (2020) conciben al producto como el resultado de la mixtura de elementos fundamentales de tipo tangible e intangible entre los que destaca los recursos y atractivos como base para el desarrollo de la actividad, así como los equipamientos e infraestructuras, servicios, actividades, imágenes y valores simbólicos que en su conjunto se ponen a disposición para el consumo final y para satisfacer a la demanda.

Ahora bien, los productos turísticos culturales se enmarcan de igual manera con la definición establecida con anterioridad, sin embargo, ésta tiene como particularidad el involucramiento en el proceso de producción, gestión, planificación, comercialización y prestación a la comunidad local. Por lo que en concordancia con Bautista (2016) la creación de productos que están vinculados con la cultura y el patrimonio en el país presentan serias deficiencias a excepción de casos aislados como Quito, Cuenca, Ibarra y Guayaquil, puesto que no integran la comunidad esencialmente. Ello hace palpable la necesidad de fortalecer las políticas culturales desde el sector público como privado, mejorar la calidad e implementar la planta turística, innovar en la creación de experiencias que potencialicen el valor de los recursos culturales a través de la construcción de los productos.

La oferta turística del país en función al turismo cultural ciertamente se representa como limitada de cara a su potencial. Sin embargo, a nivel nacional se reconocen cuatro destinos exitosos posicionados en el mercado que a su vez forman parte de los productos orientados hacia esta modalidad. Ahora bien, según datos oficiales del MINTUR (2018) en Ecuador se han identificado 32 destinos culturales con potencialidad, mismos que se encuentran ubicados en 15 provincias del territorio y los cuales se concentran en varias provincias andinas a diferencia de la región costa. Destacando provincias como Pichincha, Carchi y Chimborazo, Manabí, Esmeraldas Santa Elena y Morona Santiago

Entre los destinos con mayor relevancia en el ámbito del turismo cultural a nivel nacional destacan Quito, Cuenca, Montúfar, Imbabura, Tulcán, Alausí, Chunchi, Guano, Cotopaxi, Esmeraldas, Morona y Santa Elena. Los otros destinos tienen alta potencialidad turística cultural, sin embargo, no poseen todas las capacidades y condiciones necesarias para el desarrollo del turismo. Por lo que se debe trabajar en el diseño de productos turísticos integradores que a partir del uso de los recursos culturales diversifiquen la oferta de esta modalidad y fomente su desarrollo.

Según el MINTUR dentro de la cartera de productos a nivel nacional de turismo cultural se exponen en el cuadro 2.2 aquellos que forman parte de la oferta turística para el mercado, el mismo que se presenta con variedad de actividades. Motivo por

el cual se genera el flujo de visitas al territorio en un 74% según lo expuesto por Intriago y Marcillo (2019). Generalmente, “los productos turísticos culturales en el Ecuador se ven ligados al desarrollo de circuitos generales, gastronomía, artesanía, fiestas populares, turismo religioso” (Salazar *et. al.*, 2018) como se citó en Espinoza y Segovia (2018).

**Cuadro 2.2.** Productos de turismo cultural en la cartera nacional

<b>MODALIDAD</b>	<b>VARIANTE DE PRODUCTOS</b>
<b>Turismo cultural</b>	Patrimonios naturales y culturales
	Mercados y artesanías
	Gastronomía
	Shamanismo
	Fiestas populares
	Turismo religioso
	Turismo urbano
	Turismo arqueológico
	CAVE, científico, académico, voluntario y educativo
	Haciendas históricas

**Fuente:** Elaborado a partir del MINTUR (2013)

A continuación en el cuadro 2.3 se exponen los productos turísticos culturales que tienen mayor nivel de importancia en el país, los cuales según el MINTUR (2013) son:

**Cuadro 2.3.** Productos de turismo cultural

<b>PRODUCTOS CULTURALES</b>
Quito, Patrimonio de la Humanidad, Toca el Cielo.
Cuenca, Ciudad Patrimonio de la Humanidad, Naturaleza y Cultura
Otavaló y su Mercado Indígena, capital intercultural del Ecuador.
Ingapirca, la capital Inca.
Riobamba, la experiencia del ferrocarril Andino a Alaus
Vilcabamba, paraíso de la longevidad.
Hacienda San Agustín de Callo, hacienda histórica de los Andes.
La Ruta del Sol: Montecristi, la tierra del sombrero de paja toquilla.
Cotacachi, el mercado del cuero

**Fuente:** Elaborado a partir del MINTUR (2013)

Como se puede observar en el cuadro, la mayor parte de productos destacados en el campo turístico-cultural están localizados en la región andina del país,

evidenciando lo manifestado por Reyes (2016) que el factor de éxito del turismo cultural bajo el enfoque comunitario sobresale en la sierra debido al sentido del trabajo coordinado y el resultado de la asociatividad, mientras que en la costa generalmente impera la descoordinación. Por otro lado, se visibiliza que la deficiencia de los componentes que conforma el producto, factor que ciertamente limita el desarrollo, así como la oferta del turismo cultural en varias zonas del país, especialmente en la costa. Por tal razón, es necesario evaluar las potencialidades de los territorios culturales para determinar los usos turísticos adecuados, así como también trabajar los componentes deficientes tras el aprovechamiento del potencial.

## **2.5. POTENCIALIDADES TURÍSTICAS**

Para valorar los recursos con los que cuenta un determinado lugar es necesario realizar un análisis para definir y caracterizar aquellos atributos con los que cuentan dichos recursos, que les permitirán definirse como viables para ser desarrollados turísticamente y, asimismo, definir qué tipo de actividades turísticas pueden ofertarse en el destino. De acuerdo con Mass (2018) el potencial turístico de una región depende de la valoración que se realiza sobre sus recursos, así como del nivel de estructuración de sus atractivos en productos turísticos. La valoración de los recursos incluye, como etapa previa, la elaboración de un inventario que integre la información descriptiva más relevante de cada uno de ellos. Asimismo, la SECTUR (2017) afirma que toda zona que considere desarrollar o ampliar su turismo debe evaluar cuidadosamente sus recursos turísticos.

Para Mass (2018) entre éstos figuran todos los tipos de atracciones y actividades actuales o posibles relacionadas con el medio ambiente natural, el patrimonio cultural y los rasgos específicos de la zona, como actividades económicas, sitios urbanos, entorno rural, servicios de salud, lugares religiosos, instalaciones y servicios turísticos ya en funcionamiento infraestructura de transporte y general, y disponibilidad de mano de obra calificada. También se deben evaluar otros factores influyentes en el viaje a la zona, destinos competidores, sentimiento de la

comunidad con respecto al desarrollo turístico, grado de salud y seguridad pública, así como estabilidad política de la zona (p.29).

Tanto la SECTUR como Mass coinciden en que cuando se plantea analizar el potencial turístico de un sector determinado no solo se deben de evaluar o tener en consideración los recursos naturales o culturales sino también aspectos relevantes para el desarrollo de la actividad como lo son los servicios básicos entre otros de aspectos de gobernanza e implementación de facilidades para el turista.

Al respecto, Ritchie y Crouch (2015) señalan dos elementos esenciales para determinar el potencial turístico de un destino: Los recursos y atracciones principales: Fisiografía y clima, cultura e historia, lazos del mercado, mezcla de actividades eventos especiales, entretenimiento, superestructura, así como; Los factores de apoyo y los recursos: La accesibilidad, recursos facilitadores, la hospitalidad, iniciativa y voluntad política. El potencial turístico lo determina la forma en que la oferta de productos y servicios de una localidad se adapta para satisfacer las necesidades actuales de esparcimiento y recreación de los turistas nacionales e internacionales (SECTUR, 2016).

Desde el punto de vista de los autores existen elementos esenciales para determinar el potencial turístico, entre los cuales también destacan la Infraestructura y superestructura, lo que conlleva a la oferta de un producto turístico sostenible que sea llamativo tanto para los turistas nacionales como internacionales y se consolide como producto estrella.

Evaluar el potencial conlleva un análisis completo que permite definir si un destino o una zona en específico pueden tener la capacidad de ser desarrollada turísticamente, ya que al tener una visión clara de lo que se puede aprovechar, se puede iniciar el desarrollo de nuevos proyectos, asimismo, si se conoce cuáles son los recursos potencialmente turísticos se puede definir una oferta turística que permita una diferenciación con los demás productos. De la misma manera ocurre con la demanda potencial, ya que si se identifica y analiza se puede saber a qué tipo de usuario ofrecerle los productos turísticos de ese destino.

Según SECTUR (2016) el potencial turístico de una región o municipio se debe evaluar en forma integral, considerando los factores determinantes tanto de la oferta de servicios turísticos prevalecientes localmente, como de los que definen la demanda actual y esperada de los posibles visitantes de esa región. De esta manera se puede establecer que el potencial turístico de una región o municipio está determinado por la capacidad que tienen los productos turísticos de ese sitio para satisfacer los gustos y preferencias actuales de los visitantes a una región en particular (p.25).

Para realizar una evaluación del potencial turístico es necesario primeramente valorar cuál es el desarrollo del turismo actual para determinar de qué manera los productos turísticos actuales contribuyen al turismo del destino. Esto permite conocer de qué manera dichos productos satisfacen a la demanda actual. Por otro lado, Zimmer y Grassman (2016) definen que evaluar el potencial turístico local conlleva tres fases fundamentales: El análisis de la situación turística existente, una fase en la que se examina la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado; El diagnóstico, que, comparando los resultados del análisis de la situación, permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último, decidir la convivencia de desarrollar o no el turismo en la zona. Si existe el potencial, definir la estrategia a seguir para el desarrollo turístico en el territorio.

Estas tres fases implican la recogida, tratamiento y explotación de informaciones internas y externas. Una ventaja de la evaluación del potencial turístico está representada por la innovación ya que al identificar la existencia de dicho potencial se puede analizar y definir nuevas formas para aprovechar la zona y que esta pueda ofrecer productos que satisfagan las necesidades actuales de los clientes anticipándose a las expectativas de ellos, tomando en cuenta las tendencias actuales para tener ventajas ante la competencia.

De acuerdo con Zimmer y Grassman (2016) la única manera de confirmar que un territorio posee verdaderamente un potencial de desarrollo turístico que justifique determinadas inversiones es a través de una evaluación rigurosa que tenga en

cuenta la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado, logrando con esto, minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones. Es importante evaluar el impacto medio ambiental en cual se requiere saber el potencial con él cuenta para poder desarrollar un sitio turístico apto para actividades turísticas de recreación donde se genere ingresos para mantener el mismo ya que de él depende el desarrollo turístico del destino y la importancia del turismo que visita para detectar necesidades de la demanda y planear estratégicamente la oferta (p.26).

En este sentido, para poder desarrollar nuevos productos lo primero que se necesita hacer es identificar qué es lo que se puede hacer en ese destino, es decir, en qué áreas pueden realizarse actividades de índole turística, al igual que también se puede analizar cómo podrían mejorar o renovarse aquellas actividades existentes para atraer nueva demanda. La SECTUR (2015) menciona que la identificación del potencial turístico de una región o municipio es la base en la toma de decisiones para continuar en la planeación y conformación del producto turístico, en caso de validar su posibilidad en una primera evaluación o de enfocar esfuerzos en la detección de otra actividad económica alterna de acuerdo a su vocación productiva, en el evento de carecer de potencial turístico.

Por otro lado, Barrera 2006, citado por Blanco (2018) argumenta que una visión errónea del potencial turístico local puede provocar un sobredimensionamiento de los proyectos, con efectos negativos sobre el medio ambiente (contaminación, degradación de los sitios naturales), sobre la cultura (pérdida de la identidad local), o sobre la actividad económica del territorio (dependencia, aumento del costo de la vida, endeudamiento de los municipios). Una mala percepción de las características y especificidades del territorio hace que sea inadecuada la elaboración de una oferta turística local original que permita diferenciarse de los territorios competidores que están al mismo nivel; el desconocimiento de las características de la clientela y de las tendencias del mercado perjudica la elaboración de productos turísticos ajustados a la demanda.

Para poder identificar el potencial turístico de un territorio es necesaria la elaboración de un inventario de los recursos con los que cuenta una zona



determinada a fin de conocer las características de estos para posteriormente realizar un análisis de dicho inventario. Según Tabares (2016) el inventario turístico consiste en una recopilación útil y de fácil interpretación que permite conocer los atractivos de la región. Esta información se encuentra almacenada en "fichas" que agrupan información de ubicación, descripción del sitio, características geográficas y climáticas, historia, facilidades, servicios, infraestructura, accesibilidad, etc. De acuerdo con Blanco (2008) para la evaluación de los atractivos del territorio con potencial para el desarrollo del turismo se debe identificar los atractivos y agruparlos en cinco categorías, a saber:

- Atractivos naturales
- Patrimonio histórico y museos
- Folklore y manifestaciones de la cultura tradicional
- Realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas (incluye las fincas agropecuarias, las agroindustrias y otras formas de procesamiento artesanal)
- Acontecimientos programados y manifestaciones culturales contemporáneas.

La clasificación propuesta por CICATUR citada en Blanco (2018) es la siguiente:  
Atractivos naturales:

- Montañas
- Planicies
- Volcanes
- Playas y arrecifes
- Lagos
- Ríos
- Caídas de agua
- Grutas y cavernas
- Sitios de pesca y caza
- Observación de flora y fauna
- Parques nacionales, termas.

Dentro de la evaluación de las potencialidades turísticas los recursos naturales componen uno de los indicadores más importantes ya que representa gran parte de la oferta cabe mencionar que estos no deben de tener ninguna intervención del hombre puesto que esta debe de tener un grado alto de conservación para que este perdure con su naturalidad y atractivo no antrópico.

### **Atractivos artificiales**

- Museos y manifestaciones culturales: Sitios históricos y arqueológicos, museos, obras de arte, ciudades o pueblos construidos con sistemas o estilos propios.
- Folklore: Manifestaciones religiosas y populares, ferias y mercados, música, danzas, artesanías, grupos étnicos, gastronomía típica.
- Realizaciones técnicas y científicas: Explotaciones agropecuarias, mineras e industriales, obras de ingeniería como puentes y represas y centros de investigación científica.
- Acontecimientos programados: Incluye distintas actividades organizadas donde el turista puede participar como actor o espectador, por ejemplo: de música, teatro, deporte, fiestas religiosas o profanas, ferias populares y exposiciones, vida nocturna, carnavales, rodeos, congresos, etc.
- Las potencialidades turísticas dentro del entorno de un destino componen un conjunto de atributos tanto naturales como culturales, ya sea que estos sean dados por el medio o de manera antrópica, el estudio y valoración de los mismos componen una evaluación que permite delimitar su consecución y sobre todo los efectos que se puedan tener dentro de la actividad turística ya sean estos negativos o positivos

## **2.7. MERCADO TURÍSTICO EN MANABÍ**

En el presente epígrafe se trata de manera directa el tema del mercado turístico. Según los análisis de Font et al., como se citó en MINTUR (2018) es bien conocido que las políticas nacionales que rigen en la actualidad están enfocadas en el

desarrollo del turismo sostenible, en análisis de aspectos referidos en los documentos oficiales del ministerio el impulso a estas iniciativas para poder potenciar el desarrollo del sistema turístico y ejecución de eventos con relevancia cultural para atraer el turismo y posicionarse a nivel internacional es esencial la reactivación de sectores turísticos.

En relación al mercado turístico, el MINTUR (2018) menciona que en el año 2017 Ecuador recibió alrededor de 1,608 millones de visitantes de los cuales el 22,2% de éstos se dirigió a la provincia Manabí. Entre los cantones con mayor porcentaje de visitas fueron: Manta con el 31.15%, Puerto López con un 27.11% de visitantes y San Vicente con un 16.85%, mientras que el restante de los cantones representaron un total del 75% de llegadas. Por lo que se evidencia claramente que tienen mayor participación en el mercado aquellos destinos de sol y playa que conjugan otros tipos de turismo.

Ciertamente entre uno de los factores motivacionales con mayor pre ponderación que caracteriza la visita del turista tanto nacional como extranjero constituye conocer los recursos naturales y culturales que hacen de Manabí un destino atractivo. Suscitándose en la actividad una marcada temporalidad, donde se registra mayor afluencia de demanda en feriados donde sobresale las festividades de carnaval y fin de año, por otro lado, destaca la temporada de avistamiento de ballenas que se da entre los meses de agosto hasta septiembre de cada año.

Con respecto al mercado interno, los visitantes en su mayoría provienen de la sierra ecuatoriana, según expone Vera (2018) una de las mayores motivaciones de visita a la provincia son el ocio y la recreación, que en temporalidades altas coinciden con el ciclo de vacaciones del sector de la sierra. Entre las provincias de mayor emisión las zonas destacan principalmente Pichincha (Quito), Cuenca, Azuay, Cañar y también se registran visitantes de provincias como el Oro, Esmeraldas y Guayas en menor proporción.

Manabí se caracteriza por tener componentes naturales y culturales que permiten la distracción y aprovechamiento de los recursos del turista siendo el

desplazamiento de sol y playa una de las mayores motivaciones para quienes visitan esta provincia, a esto se suma su variada gastronomía impulsada por los “Iches”, término que ha sido adoptado desde la academia para potenciar y promocionar la riqueza culinaria de Manabí, donde su capital es considerada como “Ciudad Creativa” por su riqueza y valor gastronómico por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura conocida como UNESCO, desde su declaratoria el 30 de octubre de 2018. Cabe destacar que a nivel nacional tres platos representativos de las parroquias de Portoviejo ingresaron en el 2018 a la lista del Patrimonio Inmaterial del Ecuador según el INPC (2018), los cuales fueron el viche, la Morcilla y la chicha.

Como se mencionó la oferta turística de Manabí y la razón por la cual es conocida a nivel nacional es precisamente por el turismo de sol y playa ligada a otras modalidades entre la que destaca la cultural, esto se debe a los 350 km de playa gracias a su ubicación en el litoral del país y la diversidad cultural del territorio. En concordancia con Barreiro (2018) según datos del MINTUR la provincia alberga un total de 370 atractivos que están inventareados, de los cuales 191 son sitios naturales y el restante, 179 atractivos, se califican como culturales. Evidenciando la alta potencialidad turística en modalidades de naturaleza y cultural.

A pesar del alto nivel de potencialidad de la provincia no se ha aprovechado en su totalidad debido a ciertos factores que recaen fundamentalmente en la deficiente evaluación de las potencialidades del territorio, la gestión, la planificación y la comercialización. En consecuencia, la oferta de productos de toda la provincia se reduce a cuatro productos, los cuales son rutas que integran diversos atractivos pero que aun así no aprovechan su máximo potencial. A continuación, se exponen la cartera de productos diseñados por el Gobierno Provincial de Manabí en el cuadro 2.4:

**Cuadro 2.4.** Productos turísticos de Manabí

<b>PRODUCTOS TURÍSTICOS DE MANABÍ</b>	
<b>NOMBRE DE PRODUCTO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Ruta del Cacao</b>	La oferta va dirigida a disfrutar del agroturismo, turismo rural y de naturaleza, conociendo los encantos y bondades que ofrecen los cantones Junín, Bolívar, Chone y Flavio Alfaro
<b>Ruta del Encanto</b>	Inicia desde Portoviejo, Abdón Calderón, Alajuela, San Plácido hacia el cantón Pichincha, comprendiendo la visita a balnearios de agua dulce, sitios para disfrutar la gastronomía, al igual que la naturaleza.
<b>Ruta de los Abuelos</b>	Dirigida al disfrute de la tradición oral y el ecoturismo. Abarca desde Santa Ana, las Guaijas, Río Caña, La Poza, La Finca hasta la represa de Poza Honda. Entre las actividades que se realizan destaca la transmisión de las costumbres y tradiciones del pueblo manabita, compras de artesanías y tejidos, disfrute de la gastronomía y dulces manabas.
<b>Ruta del Spondylus</b>	Es binacional (entre Ecuador y Perú). El tramo de Manabí inicia en Ayampe en Puerto López, sigue por La Pila, Cerro de Hojas, Manta, Bahía de Caráquez y termina en Coaque de Pedernales. Invita al disfrute de las playas, la gastronomía, y de diferentes actividades entre la que destaca la realización de actividades de aventura.

**Fuente:** Elaboración grupal a partir del GP Manabí (2015)

En base a lo planteado y de cara al potencial turístico que posee la zona en turismo cultural desde la perspectiva de la oferta, aunque no se caracteriza como óptima es suficiente y, desde el punto de vista de mercado, existe demanda potencial y real que tiene por motivación el patrimonio cultural local, por lo que se evidencia la necesidad de efectuar las acciones pertinentes para desarrollar esta tipología turística de la mano de la gobernanza y otros procesos claves, entre los que destaca la evaluación de potencialidades como punto de partida para el desarrollo de la modalidad cultural.

## **CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO**

El presente capítulo constituye el fundamento metodológico de la investigación, la cual tiene un enfoque cualitativo por su carácter exploratorio, donde se proporcionan los procedimientos, métodos, técnicas y herramientas claves para alcanzar los resultados esperados del estudio. Para ello, se efectuó el pertinente análisis de diferentes propuestas en el área de estudio asociado al tema de evaluación de las potencialidades turísticas para determinar la más adecuada de modo que permita lograr los objetivos trazados.

### **3.1. REFERENCIAS METODOLÓGICAS PROPUESTAS**

De acuerdo al tema de estudio se analizaron cinco referentes cuyas metodologías asociadas aportaron al desarrollo del presente trabajo; para ello, cada uno de estos estudios fueron evaluados de forma cronológica, que permitió efectuar un análisis secuencial y estructural del componente metodológico del siguiente apartado:

#### **I. EVALUACIÓN DE TERRITORIOS PARA DESARROLLAR EL TURISMO COMUNITARIO EN LA REGIÓN AMAZÓNICA DEL ECUADOR**

Reyes (2015), menciona que, considerado a Ecuador como país pionero en esta modalidad, cuenta con una alta diversidad natural y cultural; sin embargo, dicho potencial no ha sido aprovechado adecuadamente para su desarrollo, es por ello que surge la necesidad de diagnosticar su estado actual. Consecuentemente, el objetivo de la investigación constituye realizar una propuesta de procedimiento de evaluación de territorios para impulsar el turismo comunitario en la región amazónica del Ecuador, con la finalidad de identificar las principales líneas de acción en las que se debe enfocar la labor y contribuir al desarrollo de la modalidad sobre criterios de integración y sostenibilidad de las comunidades anfitrionas

## **II. EVALUACIÓN DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA Y PERCEPCIÓN DEL RESIDENTE EN LA COMARCA DEL COLORADO (RÍO COLORADO, RÍO NEGRO - LA ADELA, LA PAMPA)**

Vendramini (2018), sobre la base de SECTUR (2010) , para el análisis de la situación turística de la Comarca del Colorado dicha investigación emplea la propuesta metodológica establecida por la Secretaría de Turismo de México (2010) misma que es tomada como referencia para el desarrollo del trabajo del autor, tomando las más importantes características de evaluación de potencialidades turísticas , para que los agentes involucrados en el turismo e interesados en desarrollar la actividad puedan analizar, diagnosticar y definir el potencial turístico de su municipio de manera sencilla. De forma integral, dicha metodología consta de dos fases, y una conclusión intermedia para la toma de decisiones: la Fase I determina la existencia o no de potencial turístico en el destino elegido. Su resultado, de ser afirmativo, fundamenta el diseño de políticas de desarrollo para la actividad en la región. En consecuencia, en la Fase II se establecen los pasos a seguir dentro de un proceso de planeación para definir la visión, estrategias, y acciones que conformarían un producto turístico.

## **III. EL POTENCIAL DE LOS ACTIVOS CULTURALES ASOCIADOS CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA COMO FACTOR DE DESARROLLO LOCAL EN EL BARRIO GETSEMANÍ, CARTAGENA DE INDIAS,**

De acuerdo a (Escobar *et al.*, 2015) la propuesta menciona que, la metodología utilizada corresponde al estudio de caso y combina técnicas cualitativas y cuantitativas. La investigación analiza el potencial de Getsemaní para contribuir al desarrollo local a partir del reconocimiento de los bienes y manifestaciones culturales. En ese orden, se ejecuta una caracterización general del barrio a partir del análisis de la documentación presente, de los registros estadísticos oficiales disponibles así también como los resultados de entrevistas y encuestas que permitieron complementar información sobre temas de interés. Luego de ello se aportan evidencias del potencial turístico y el carácter activo del patrimonio cultural de Getsemaní. En este sentido, a partir del sustento complementario de la teoría del

desarrollo endógeno con el modelo de progreso turístico imperante, se plantea potenciar las características singulares del patrimonio cultural de Getsemaní por medio de la idea de un conjunto explicativo que busca potenciar la gestión turística por parte de la comunidad local y demostrar el valor diferencial de Getsemaní como destino

#### **IV. POTENCIALIDADES E INSUFICIENCIAS EN EL DESARROLLO DEL TURISMO PATRIMONIAL CULTURAL EN SANTIAGO DE CUBA**

Desde el punto de vista de Baños y Matute (2011), el objetivo de la investigación es analizar las potencialidades e insuficiencias en el desarrollo del turismo en la ciudad de Santiago de Cuba. Se plantea el análisis de la información obtenida en entidades asociadas con el turismo en la ciudad y se utilizan métodos analíticos y empíricos como observación y entrevistas a especialistas. El trabajo examina la principal refutación al utilizar el patrimonio cultural como recurso turístico, las potencialidades y las insuficiencias en el desarrollo del turismo en la ciudad de Santiago de Cuba. Se concluye que la ciudad posee atractivos que permiten situarla en lugares del turismo nacional, sin embargo, se evidencian problemas de gestión, insuficiencias en la promoción, una desacertada política turística respecto a la ciudad y el desaprovechamiento de sus recursos culturales y de las oportunidades del contexto regional.

#### **V. LA DIMENSIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA CIUDAD DE LORCA, MURCIA, ESPAÑA**

Para el autor Troitiño (2014), propone una adecuada interpretación de la dimensión cultural del patrimonio así como de sus diferentes grados de atractivo y funcionalidad turística, procesos que resultan fundamentales para propiciar un turismo cultural de calidad y complementar otras tipologías de turismo (rural, litoral, de naturaleza, de negocios, urbano, etc.), así como para contribuir a impulsar procesos de recuperación urbana. Por tanto, realizar un inventario pormenorizado de la funcionalidad turística del Patrimonio Cultural lorquino constituye una de las prioridades de la investigación, así como profundizar en las interdependencias



existentes entre la función turística y las estructuras paisajísticas urbanísticas y territoriales. En esta línea y con un enfoque cualitativo e integrado, el estudio se desarrolló en tres fases: en la primera fase se realizó el Inventario de la Funcionalidad Turística del Patrimonio Cultural, como 2 fase Diagnóstico y Perspectivas Turísticas del Patrimonio Cultural y la 3 fase complementaria del estudio es estrategias de Actuación. En función del análisis general de cada una de las metodologías referenciales que constituyen el soporte metodológico.

A continuación, se analizan los componentes de desarrollo de las diferentes propuestas, de los cuales se pudieron extraer las principales herramientas, métodos y técnicas, los mismos son expuestos a manera comparativa en el siguiente cuadro 3.5:

**Cuadro 3.5.** Análisis de metodologías referenciales

<b>ESTUDIOS REFERENCIALES</b>	<b>Potencialidades e insuficiencias en el desarrollo del turismo patrimonial cultural en Santiago de Cuba</b>	<b>La dimensión turística del patrimonio cultural de la ciudad de Lorca (Murcia, España)</b>	<b>El potencial de los activos culturales asociados con la actividad turística como factor de desarrollo local en el barrio Getsemaní</b>	<b>Evaluación de territorios para desarrollar el turismo comunitario en la región amazónica del Ecuador.</b>	<b>Evaluación de potencialidad turística y percepción del residente en la Comarca del Colorado (Río Negro - La Adela, La Pampa)</b>
<b>AUTOR AÑO</b>	Baños y Matute (2011)	Troitiño (2014)	Escobar et.al, (2015)	Reyes (2015)	Vendramini (2018), sobre la base de SECTUR (2010)
<b>PROPUESTAS METODOLÓGICAS</b>	-Análisis y síntesis de la bibliografía -Determinar los elementos que constituyen atractivos para el desarrollo del turismo -Caracterización de recursos turísticos tangibles e intangibles -Análisis de los recursos culturales en la actividad turística	-Caracterización de área -Análisis de la demanda actual y potencial -Inventario de los recursos turísticos -Evaluación de los recursos turísticos -Jerarquización de los recursos turísticos -Relación entre los actores que confluyen en el territorio	-Revisión de información bibliográfica y documental -Inventario de recursos atractivos del patrimonio cultural susceptibles de uso turístico -Aplicación de encuestas y entrevistas aplicadas tanto a los empresarios turísticos como a los residentes -Inventario de recursos naturales y culturales	-Inventario de la funcionalidad turística del Patrimonio Cultural -Diagnóstico y perspectivas turísticas del Patrimonio Cultural -Evaluación de potencialidades -Estrategias de Actuación	-Recopilación de información bibliográfica -Visita de campo para conocer la demanda potencial a través de encuestas al visitante -Valoración turística a través de cuestionarios enfocadas a la percepción del turista -Establecer índice de potencialidad turística

Elaborado por :Los autores

**LEYENDA:**

Seguidamente, se expone la leyenda que es resultado del análisis de las metodologías establecidas como antecedentes presentándose en criterios que han sido ya conjugados en el cuadro 3.6:

**Cuadro 3.6.** Leyenda de criterios

1	Recopilación de información bibliográfica	8	Jerarquización de los recursos turísticos
2	Visita de campo para conocer la demanda potencial a través de encuestas al visitante	9	Relación entre los actores que confluyen en el territorio
3	Valoración turística a través de cuestionarios enfocadas a la percepción del turista	10	Inventario de recursos atractivos del patrimonio cultural susceptibles de uso turístico
4	Establecer índice de potencialidad turística	11	Aplicación de encuestas y entrevistas tanto a los empresarios turísticos como a los residentes
5	Caracterización de área	12	Diagnóstico y Perspectivas Turísticas del Patrimonio Cultural
6	Inventario de los recursos turísticos	13	Estrategias de Actuación
7	Evaluación de los recursos turísticos		

**Elaborado por:** Los autores

De acuerdo a la presentación anterior de las metodologías referenciales y la leyenda se procede a realizar una comparación analítica de los criterios con relación a las propuestas metodológicas de los distintos referentes a través de una matriz expuesta en el cuadro 3.7 para analizar e identificar los elementos más frecuentes y relevantes que adoptan los autores en correspondencia con sus investigaciones con el propósito de establecer una metodología adaptada a la situación real e independiente del caso en estudio.

**Cuadro 3.7.** Matriz de Integración de criterios

N°	Año	Autor	Fases													
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	T
1	2011	Baños y Matute	x				x									2
2	2014	Troitiño												x	x	2
3	2015	Escobar et.al	x									x	x			4
4	2015	Reyes		x			x	X	x	x	x					5
5	2018	Valdramini	x	x	x	x										4
<b>TOTAL</b>			3	2	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	

**Elaborado por:** los autores

En referencia a la matriz de integración de criterios, tras la comparativa de cada una de las metodologías presentadas en los diferentes estudios propuestos por los autores a continuación se expone el análisis pertinente:

- **Por su parte para Escobar et.al (2015), Vendramini (2018) y Reyes (2015).**-Dentro de las metodologías de estos estudios se pudo encontrar similitud en aspectos relevantes para poder plantear una propuesta que ya dentro del análisis expuesto de los estudios se pudo constatar que el levantamiento de información bibliográfica y documental son unos de los primeros aspectos a realizar, seguido de una caracterización y evaluación de los recursos turísticos que los destinos poseen es por ellos que para la propuesta estas metodologías son de total relevancia.
- **Baños y Matute (2011).**- por su parte estos autores plantean la evaluación y análisis de los recursos tangibles e intangibles en área cultural lo cual prepondera una variable de relevancia en el tema de estudio dirigido a la evaluación de las potencialidades que fomenten el desarrollo del turismo cultural, puesto en ello se puede centrar gran parte de la investigación es por ello que el aporte de los autores expuestos también serán considerado dentro de la propuesta metodológica del presente trabajo.
- **Troitiño (2014).**- el autor expone fases relevantes dentro de la metodología aplicada en su estudio ya que la caracterización del área es uno de los primeros puntos a tratar dentro de una evaluación, que justamente es la finalidad del trabajo ya expuesto también se asemeja a las criterios propuestos por **Baños y Matute (2011)** ya que estos exponen también un inventario de los recursos turísticos que posee el destino en diferencia este autor nos propone la jerarquización de los mismo y en análisis de la relación que existen con los actores turísticos

A partir de lo expuesto tanto en la matriz como en el análisis mismo permitió establecer el proceder metodológico idóneo y afín para el desarrollo del presente trabajo de investigación el cual pertenece a la propuesta de Reyes (2015), que por sus características responde a los objetivos trazados y requerimientos que implica

la investigación. Por ello, a continuación, en el cuadro 3.8 se procede a desplegar el camino a seguir que se recorrerá en el proceso de evaluación de las potencialidades turísticas para el fomento del desarrollo del turismo cultural en el cantón Montecristi donde se exhiben las fases con sus respectivas actividades, métodos, técnicas y herramientas:

**Cuadro 3.8.** Propuesta metodológica para la evaluación de las potencialidades turísticas que fomenten el desarrollo del turismo cultural en el cantón Montecristi

<b>Fases</b>	<b>Actividades</b>	<b>Métodos Técnicas e instrumentos</b>
<b>Fase I</b> Diagnóstico situacional turístico	-Caracterización general de la zona de estudio -Diagnóstico de la situación socioeconómica del cantón Montecristi -Caracterización de la oferta y demanda turística cultural del Cantón Montecristi -Análisis estratégico de la situación del turismo cultural del cantón	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Método analítico-sintético</li> <li>• Método descriptivo</li> <li>• Revisión bibliográfica y documental</li> <li>• Entrevista</li> <li>• Encuesta</li> <li>• Fichas de catastro</li> <li>• Matriz FODA</li> </ul>
<b>Fase II</b> Evaluación de los atractivos turísticos culturales	-Inventario y caracterización de recursos y atractivos culturales del cantón Montecristi -Evaluación y jerarquización de los atractivos culturales a través de la ficha de MINTUR -Aplicación de la matriz de potencialidades turísticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Método analítico-sintético</li> <li>• Revisión bibliográfica</li> <li>• Observación científica</li> <li>• Visita de campo</li> <li>• Ficha de inventario del MINTUR</li> <li>• Matriz de potencialidades turísticas</li> </ul>
<b>Fase III</b> Elaboración de estrategias de desarrollo del turismo cultural	-Creación de líneas estratégicas para el desarrollo del turismo cultural -Diseño de una programación estratégica para fomento del turismo cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Método analítico-sintético</li> <li>• Método descriptivo</li> <li>• Revisión bibliográfica</li> <li>• Matriz de estrategias</li> <li>• Ficha de programación estratégica</li> </ul>

Elaborado por :Los autores

## 3.2. DESCRIPCIÓN DEL DISEÑO METODOLÓGICO Y SUS FASES

### 3.2.1. FASE I: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL TURÍSTICO

La primera fase implicó el diagnóstico situacional turístico del cantón Montecristi haciendo uso del método analítico-sintético fundamentalmente así como el descriptivo apoyado en la revisión documental y bibliográfica, al igual que el uso de herramientas como fichas de catastro, encuestas, entrevistas y la matriz FODA, comprendiendo el desarrollo de 4 actividades: En la primera se realizó la

caracterización del cantón Montecristi como área de estudio mismo que se pudo hacer a través de una revisión bibliográfica con base en documentos oficiales como el Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial del año (2019—2023) además de informes generados en el Sistema Nacional de Información (SIN) de los cuales se extrajeron toda la información relevante del área de estudio abarcando datos como la extensión del cantón, límites, población, temperatura, rango altitudinal, entre otros

En la segunda actividad a través del método analítico-sintético y descriptivo se realizó el diagnóstico de la situación socioeconómica del área de estudio en donde se pudo analizar los datos requeridos sobre dicho aspecto tras la revisión bibliográfica y documental fundamentalmente del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Montecristi así como de informes del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) de donde se extrajo información pertinente para referenciar el acápite.

Como tercera actividad se efectuó la caracterización de la oferta y demanda turística cultural del cantón Montecristi, definiendo en primera instancia la oferta que caracteriza el desarrollo del turismo en la zona a través del método sintético-analítico y descriptivo que establecieron los primeros razonamientos de este apartado, para ello se realizó una visita de campo para solicitar el catastro turístico al Departamento de Turismo y Cultura del cantón Montecristi donde se pudo constatar que a pesar de poseer fichas de sus principales atractivos turísticos están desactualizadas ( última fecha de actualización 2018).

Por su parte se caracterizó la demanda turística a través de los datos proporcionados en las entrevistas direccionada a los directores del departamento de turismo a cargo del Ing. Pablo Delgado y departamento Cultura en función de la Abg. Rosa Emperatriz del GAD Montecristi efectuadas en una visita técnica y en función a ello, se estructuró un cuestionario que fue aplicado a modo de encuestas a los visitantes con la finalidad de establecer el perfil del turista, definiendo características desde las variables relacionadas al lugar de procedencia, destino de los encuestados, motivación, comportamiento del visitante, entre otros (ver anexo 1 y 2). Para el establecimiento del tamaño de la muestra se usó la población infinita,

de cara a la inexistencia de datos preciosos del flujo de demanda que visita el cantón, donde resultó que se debían aplicar 384 encuestas empleando un muestreo por conveniencia o no probabilístico siguiendo el siguiente proceso:

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

	n	Tamaño de la muestra
	Za	Nivel de confianza
<b>Donde:</b>	p	Probabilidad a favor
	q	Probabilidad en contra = 1.p
	d	Error de estimación máximo aceptado

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.84 * 0.25}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.96}{0.0025}$$

$$n = 384$$

Para culminar con la fase, la cuarta actividad comprendió el análisis estratégico de la situación del turismo cultural del cantón Montecristi a través de la matriz FODA , donde los factores tanto internos como externos (fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas) se establecieron en base a los datos recopilados con anterioridad así como de los resultados de las entrevistas realizadas a los directores encargados tanto de la dirección de Turismo como a la de Cultura. Posteriormente, se procedió a cruzar la información de los cuadrantes y se ponderaron los resultados, los cuales permitieron orientar la tipología de estrategia a seguir para hacer frente a la situación problemática haciendo uso de los factores relevantes.

### **3.2.2. FASE II: EVALUACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS CULTURALES**

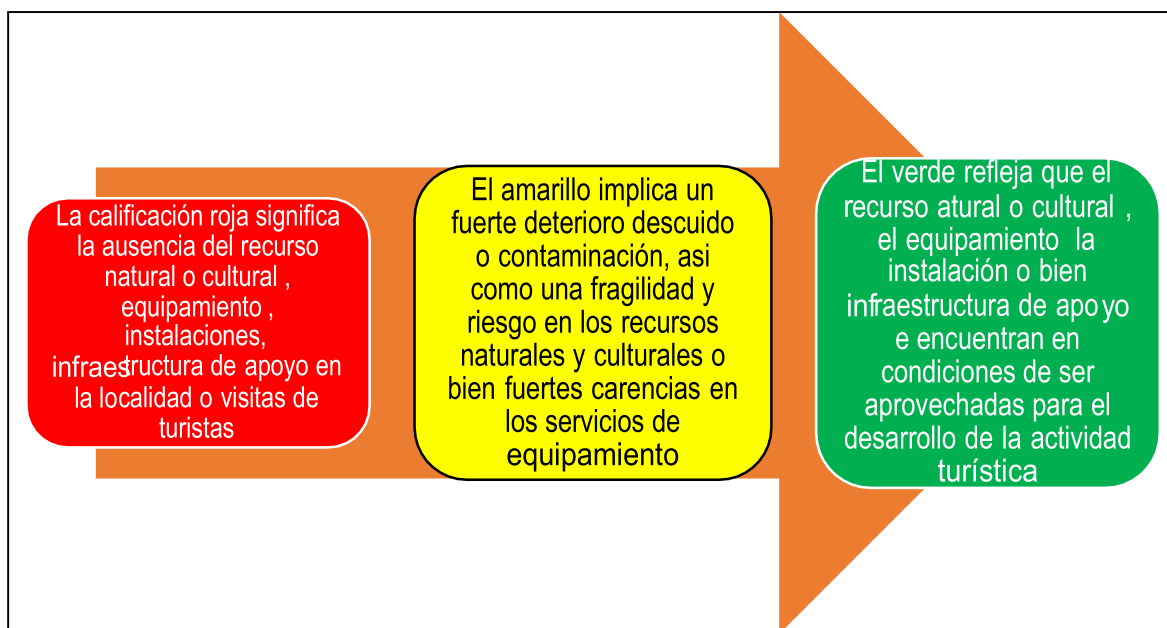
Para llevar a cabo la segunda fase se ejecutaron tres actividades que en su conjunto tuvieron como finalidad la determinación de las potencialidades turísticas culturales en el cantón Montecristi, donde por los requerimientos y características de ésta se hizo uso del método analítico-sintético así como el descriptivo ya que a través del estudio de las fichas de inventario del cantón se pudo llegar a plantear las primeras perspectivas sobre los atractivos y recursos a evaluar, puesto que para conocer su procedencia y denotación era imprescindible un análisis de una fuente verificable. Para dar cumplimiento con la primera actividad se apoyó de la revisión bibliográfica y documental, así como también en las fichas de inventario del MINTUR (2018) (ver anexo 4), para fijar el estado actual del inventario a través de la caracterización de los recursos y atractivos culturales seleccionados.

En la segunda actividad se procedió a evaluar y jerarquizar los atractivos en función de los resultados de la acción precedente acorde a los datos que se presentan en la ficha de inventario del MINTUR contrastándola con la realidad resultado de la observación científica y la visita de campo en la zona de estudio, considerando los criterios que propone el ente rector. Finalmente, para culminar con la fase se continuó con la aplicación de la matriz de potencialidades, que corresponde a la actividad 3, partiendo de los resultados anteriores, de modo que para efecto utilizó la metodología propuesta por Vendramini (2018) sobre la base de SECTUR (2010) (ver anexo 5) y cada uno los procesos que se aplicó para poder realizar la pertinente evaluación, la cual se detalla a continuación:

- **CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

El sistema de medición consiste en analizar el destino asignando un valor a cada rubro de las seis secciones antes mencionadas, es decir, se basa en la evaluación que realiza el planificador. Este instrumento, en un primer paso, confirma la existencia de recursos, equipamiento, instalaciones, infraestructura y la llegada de turistas y en un segundo paso, en caso de confirmar su existencia, se califica el

estado actual de cada componente para poder desarrollar la actividad turística. Para calificar en forma estandarizada los componentes del producto turístico se han establecido criterios de evaluación. El propósito de los criterios es generar la base de una escala de medición acotada que especifique rangos de calificación fácilmente identificables por todos los participantes en la actividad turística de un municipio o región. A continuación, en la figura 3.6 se detalla el valor numérico asignado a cada criterio (que va del 0 a 2) y la descripción del mismo.



**Figura 3.6.** Escala de medición

**Fuente:** Elaborado por Vendramini (2018), sobre la base de SECTUR (2010)

- **SISTEMA DE MEDICIÓN**

Utilizando los criterios de evaluación que asignan un valor numérico a cada uno de ellos, se logra transformar el sistema de calificación cualitativo a cuantitativo permitiendo una comparación más sencilla y clara entre los componentes y elementos que forman el producto turístico. Con el sistema de calificación numérico se facilita la medición del potencial turístico, mediante la suma de los valores asignados a cada componente, y el promedio de las calificaciones obtenidas en rubros y secciones.



Pudiendo así evaluar la situación de cada una de las partes de un producto turístico con un sistema homogéneo y aplicable a todos los tipos de turismo. Como resultado, el sistema considera y evalúa los componentes que se califican al completar las tablas, donde el rango de calificación debe ser acotado a los valores 0 a 2 y ser homogéneo para todos los componentes analizados. De esta manera, se pueden expresar los valores de las calificaciones totales promedio de cada sección del cuestionario de la siguiente manera:  $RT1 \in [0 \text{ a } 2]$  calificación promedio total de los recursos turísticos.  $EST \in [0 \text{ a } 2]$  calificación promedio total del equipamiento y servicios turísticos  $IST \in [0 \text{ a } 2]$ ; calificación promedio total de las instalaciones y servicios turísticos.  $IT \in [0 \text{ a } 2]$  calificación promedio total de la infraestructura turística.  $D \in [0 \text{ a } 2]$ ; calificación promedio total de la demanda por servicios turísticos. Finalmente, para determinar un valor promedio total de la oferta turística (O), se han supuesto pesos específicos, con el fin de obtener un promedio ponderado, en donde se da mayor importancia a la existencia de recursos turísticos (culturales) en cualquier región o municipio, como se puede observar en la figura 3.7:

COMPONENTE	VALOR
Recursos turísticos (RT)	40%
Equipamiento y servicios turísticos (EST)	20%
Instalaciones y servicios (IST)	20%
Infraestructura	20%

**Figura 3.7.** Componentes y porcentajes de Evaluación

**Fuente:** Elaborado Vendramini (2018), sobre la base de SECTUR (2010)

### Calificación de la oferta

$$O = 0.4 RT + 0.2 EST + 0.2 IST + 0.2 IT$$

Por su parte, la calificación total de la demanda turística (D) es el valor promedio (media aritmética) de todos los conceptos que conforman la sección del

componente de la demanda, el cual tiene el mismo peso en el promedio, porque es necesario que la región o municipio en evaluación cuente con afluencia turística, y en consecuencia los visitantes deben registrar una estadía y un gasto en esa localidad; y por último, la magnitud de la afluencia debe ser resultado de las actividades de publicidad y comercialización.

Una vez establecido el índice potencial de la oferta y demanda a través de la medición cualitativa para calificar los componentes del producto turístico, este permite un marco de referencia para evaluar el potencial turístico del cantón Montecristi en función de los recursos y atractivos culturales. Este eje referencial se puede expresar en un plano cartesiano que represente las valoraciones correspondientes a las evaluaciones ya mencionadas, expresado en la figura 3.8:

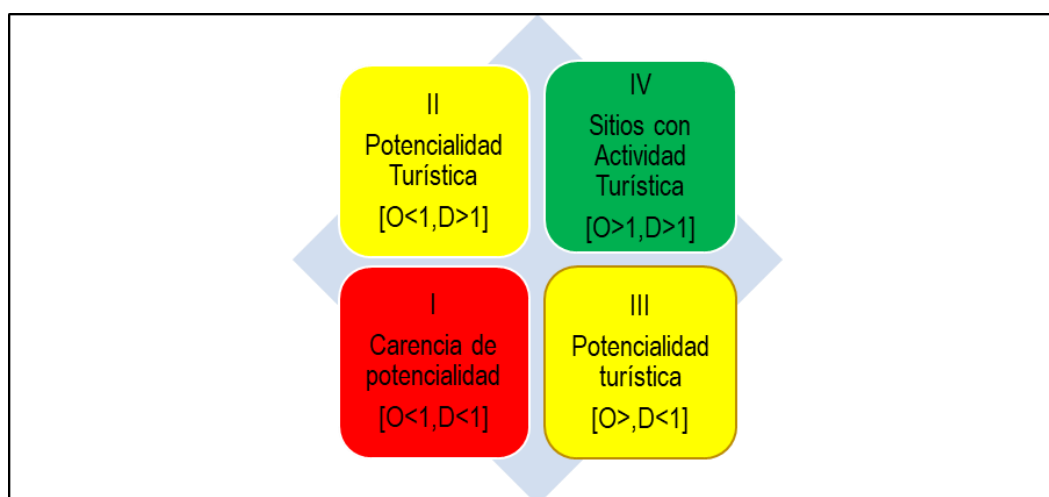


Figura 3.8. Mapa de índice del potencial turístico

Fuente: Elaborado Vendramini (2018), sobre la base de Sector (2010)

### 3.2.3. FASE III: ELABORACIÓN ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL

Para finalizar con el proceso metodológico se estableció la última fase que tuvo como objetivo la elaboración de estrategias que fomenten el desarrollo de la tipología de turismo cultural en el cantón Montecristi, la misma que comprendió de dos actividades para su efecto. Empezando con la creación de líneas estratégicas basadas en los resultados del FODA ponderado a través del método descriptivo apoyada en la matriz de estrategias (ver anexo 6) que además recoge el

planteamiento de las respectivas acciones así como la relación que existe con los elementos con mayor preponderación de los factores internos y externos.

Posteriormente, en función de las estrategias planteadas y tras la revisión bibliográfica se estableció un modelo de plan alineado a la investigación con acciones aplicables y acorde a la realidad del territorio que en conjunto direccionaron la estructuración de una programación estratégica donde se desglosaron los pertinentes programas y sus respectivas acciones y medidas a través de una ficha de programación (ver anexo 7) que expone el costo de la implementación de la propuesta y, a su vez, se constituye también como una herramienta para el control, seguimiento y evaluación de la misma, con la finalidad de contribuir al desarrollo del turismo cultural en el cantón Montecristi.

## **CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL TURÍSTICO**

Una vez culminado la etapa de recolección de información y verificación de fuentes bibliográficas sumado a los trabajos referenciales que permitieron establecer una metodología propia para realizar las fases establecidas, se procedió a realizar los resultados y análisis de cada uno de los componentes del objeto de estudio enmarcados en el turismo cultural y su desarrollo.

#### **4.1.1. CARACTERIZACIÓN GENERAL DE LA ZONA DE ESTUDIO**

El presente trabajo de investigación se efectuó en el cantón Montecristi de la provincia de Manabí, el cual se encuentra ubicado a 1°2'37" latitud sur y a 80°39' de longitud oeste. La altitud media de la zona es de 222 msnm, donde la altura máxima es de 443 msnm y la mínima es de 0 msnm. Limita al norte con el cantón Manta y Jaramijó, al oeste con Manta y el Océano Pacífico, al este con Portoviejo y Jipijapa, y al sur con el cantón Jipijapa y el Océano Pacífico entre las poblaciones de Manta y Portoviejo siendo referente dinamizador de la economía aledaña de

sectores tales como Jaramijó y Jipijapa. En lo que comprende a su división política-administrativa (ver anexo 8) está compuesto por cinco parroquias urbanas que son General Eloy Alfaro, Leónidas Proaño, Colorado, Aníbal, San Andrés y su única parroquia rural denominada La Pila (GAD Montecristi, 2015).

Según el Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial elaborado por el GAD Montecristi (2015) el cantón fue creado un 25 de junio de 1822. Posee una extensión de 743,20 km<sup>2</sup> presentando condiciones climáticas favorables, donde la temperatura media anual varía entre 23,7°C y 26,4°C con un promedio de 25,1°C. El mes de agosto presenta el menor valor de temperatura y los más altos picos en los meses de marzo y abril (época mayor lluvia). El clima de la zona se encuadra como región bioclimática sub desértico tropical, en la provincia de Manabí esta región bioclimática cubre Bahía de Caráquez, Charapotó, Portoviejo, Montecristi, Julcuy y Valle del Ayampe alto. Con respecto a la pluviosidad, la precipitación media fluctúa anualmente entre 375 y 440 mm. A continuación, se muestra un detallado de lo descrito en el cuadro 4. 9:

**Cuadro 4.9.** Datos Generales del Cantón Montecristi

<b>DESCRIPCIÓN</b>	
<b>Nombre del GAD</b>	Gobierno Autónomo descentralizado Cantonal de Montecristi
<b>Fecha de creación del cantón</b>	25 de Junio de 1822
<b>Población total Según últimos Censo del Inec (2010)</b>	87.096 habitantes
<b>Extensión</b>	734,20 KM <sup>2</sup>
<b>Limites</b>	Limita: Al norte con el cantón Manta y Jaramijó, al Oeste con el Cantón Manta y el Océano Pacífico, al este con el cantón Portoviejo y Jipijapa.
<b>Rango Altitudinal</b>	El Cantón Montecristi se encuentra ubicado en 1°2'32", latitud sur y 80°39' de longitud Oeste Altitud media 22msnm, máxima 443 msnm y mínima 0 msnm
<b>Pluviosidad</b>	375 y 440 mm
<b>División administrativa</b>	Parroquias urbanas (5): General Eloy Alfaro, Leónidas Proaño, Colorado, Aníbal, San Andrés Parroquia rural (1): La Pila

**Fuente:** Elaborado por los autores a partir de GAD Montecristi (2016)

#### 4.1.2. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN SOCIAL DEL CANTÓN MONTECRISTI

Para el diagnóstico de la situación social se realizó una visita exploratoria al cantón de Montecristi bajo el análisis del PDOT cantonal que permitió establecer que los índices de pobreza se mantienen en un aproximado del 38% en relación al último censo realizado por el INEC (2010). A continuación, se darán a conocer los diferentes componentes sociales según el estudio bibliográfico del GAD (2016), INEC (2010) Y SENPLADES (2014):

Según el último censo del INEC (2010) los datos reflejan que Montecristi cuenta con una población aproximada de 70.294 habitantes con una tasa de crecimiento del 5.35%, convirtiéndose en el nivel más alto de la provincia de Manabí ya que está por encima del promedio que es de 1,6%, denotando de esta manera que el presente cantón se ha convertido en un polo de crecimiento demográfico centrado en el área urbana con una tasa de crecimiento del 12,8%. Otro dato que destacar es que la demografía de Montecristi representa el 5% de la población provincial. A continuación, se muestra una proyección poblacional en el cuadro 4.10:

**Cuadro 4.10.** Proyección de población 2010-2014-2024

Área	Población total		Proyección	
	2001	2010	2014	2024
Montecristi Urbano	14.636	46.312	58.805	106.838
Montecristi Rural	26.693	21.530	25.650	39.735
La Pilas Parroquia Rural	2.071	2452	2.641	3.180
Total	43.400	70.294	87.096	149.753

**Fuente:** Elaborado por los autores a partir de SEMPLADES (2014), INEC (2010)

En base al cuadro 4.10 de proyección poblacional en el año 2014 el cantón Montecristi a la fecha de la investigación proyecta que el número de habitantes de la zona es de más de 87 mil personas. Cabe destacar que dentro del área de confluencia rural se encuentran las poblaciones de la comuna de los Bajos con dinámicas urbanas. Esto indicado según los lineamientos que considera el INEC. A

manera de distribución poblacional de crecimiento se muestra la ilustración de lo mencionado (ver anexo 9).

En el ámbito de educación Montecristi cuenta con 122 establecimientos de los cuales el 64% de las instituciones pertenecen a la red estatal, por lo cual el 84% de la oferta se concentra en el sector urbano y tan solo 16% de las unidades tiene una oferta de bachillerato, seguido a esto se muestra a continuación un resumen de sector educativo. Se puede analizar en relación al tema que en el cantón Montecristi los indicadores de educación como escolaridad, analfabetismo, educación secundaria y educación universitaria muestra mayores niveles de mejoría en algunos casos gracias a las políticas públicas nacionales y otras referentes regionales que se presentan en el territorio (GAD Montecristi, 2016), a continuación, se muestra en el cuadro 4.11 el número de la infraestructura educativa:

**Cuadro 4.11.** Instituciones educativas

<b>Tipo de sostenimiento</b>	<b>Urbano</b>	<b>Rural</b>	<b>Total</b>
Fiscal	67	14	81
Fiscomisional	-	1	1
Municipal	2	0	2
Particular	34	4	38
Total general	103	19	122

**Fuente:** Elaborado por los autores y adaptado por AMIE a partir del PDOT (2016)

Con respecto al ámbito de salud en el cantón Montecristi se ubica en la zona administrativa N°2 del Ministerio de Salud (MSP), específicamente cuenta con once establecimientos afines de los cuales diez de ellos solo cuentan con dos profesionales en el área, por lo que es deficiente. A continuación, se detalla el tipo y número de unidades de salud pública en el cuadro 4.12:

**Cuadro 4.12.** Establecimientos de Salud

<b>N°</b>	<b>Unidad de Salud</b>	<b>Tipo</b>	<b>Ubicación</b>
1	Montecristi	Subcentro de Salud	Calle 9 de Julio
2	Cárcel	Subcentro de Salud	La Cárcel
3	Los Bajos	Subcentro de Salud	Los Bajos
4	Manantiales	Subcentro de Salud	Manantiales

5	Colorado	Subcentro de Salud	Colorado
6	La Pile	Subcentro de Salud	La Pile
7	El Arroyo	Subcentro de Salud	El Arroyo
8	Leónidas Proaño	Subcentro de Salud	Leonidas Proaño
9	Las Palmas	Subcentro de Salud	Las Palmas

**Fuente:** Elaborado por los autores a partir del Ministerio de Salud Pública como se citó en el GAD Montecristi (2016)

En este aspecto uno de los principales problemas recae en la escasez de profesionales que deseen trabajar en sectores rurales, además de otras causales intrínsecas como la deficiencia en modelos de operaciones médico/administrativo entre los que se pueden destacar la ausencia de insumos necesarios y el abastecimiento efectivo de medicamentos para los diferentes sub-centros queyacen en este sector.

Por otro lado, en lo que respecta al servicio de telefonía fija la cobertura es de 7,8% lo cual refleja la conectividad entre distintas comunidades del cantón Montecristi, en lo que refiere a la cobertura de telefonía móvil esta se encuentra con una dinámica urbana del 69,97%. Cabe mencionar que en la cobertura de conectividad no existen datos específicos sobre el servicio de internet por lo cual se ha hecho un análisis general, como dato relevante es que uno de los principales infocentros que funciona en la ciudad de Montecristi como parte del museo Casa Alfaro (GAD Montecristi, (2016).

Con respecto a la viabilidad y transporte, el sistema de conectiivdad del cantón Montecristi está conformado por eje principal que es la vía que conecta a dos zonas económicas de la provincia como lo son Manta-Portoviejo junto a algunos componentes secundario que también conforman la estructura vial cantonal, por otro lado, la conectividad entre cada cabecera cantonal y los diferentes asentamientos humanos al interior de las comunidades se da a través de caminos vecinales. Cabe destacar que la denominada ruta del Spondylus ha permitido contar con un mejor acceso al sector costero del cantón (GAD Montecristi, 2016).

La red cuenta con alrededor de 65% de vías pavimentadas con concreto, sin dejar de mencionar que la mayoría de éstas presentan una clara ausencia de

mantenimiento ya que no poseen drenajes transversales, ni longitudinales, tampoco existe una gestión vial; situación que tiende a empeorarse como parte del resultado de la escasa planificación vial por parte de los entes competentes.

Según el GAD Montecristi, con referencia a las proyecciones poblacionales que establece el INEC en la actualidad existe un déficit del abastecimiento de agua que proviene de la planta de tratamiento el Ceibal de entre alrededor 17,42% y 23.31%, en este sentido el sistema de abastecimiento de agua potable es deficitario puesto que los volúmenes del agua y el control del alcantarillado que es administrado por la SENAGUA no cubre la actual demanda. Seguidamente se muestra en el cuadro 4.13 la dotación de servicios:

**Cuadro 4.13.** Dotación de Servicios

Área	Población	Abonados de agua Potable	Abonados de Alcantarillado
Montecristi Urbano	58.805		
Montecristi Rural	25.650	10.566	2.105
Parroquia La Pila	2.641		
Total	87.096	48,53%	9,67%

**Fuente:** Elaborado por los autores a partir de la dirección de agua potable del GAD Montecristi

Con respecto al sistema de alcantarillado sanitario en el cantón Montecristi, este servicio cubierto está en un 15% aproximadamente. Las descargas de aguas negras se producían en una laguna de oxidación la cual tenía su tratamiento en la parroquia de Aníbal San Andrés cerca al Estero Ahoga Vaca. En la actualidad, esto está sin proceder por la creciente del estero por lo cual la descarga se hace sin tratamiento al río Muerto, por lo que se puede comprender que el alcantarillado es antiguo y deficiente según datos proporcionados por la dirección Agua del GAD Montecristi, debido a que esta ya tiene 30 años de vida sobrepasando su vida útil.

#### **4.1.3. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA DEL ÁREA DE ESTUDIO**

La situación económica del área de estudio se analiza desde la estructura de la población económica Activa (PEA) y la inactiva (PEI) así como de la población en



edad para trabajar (PET), la misma que está representada por el 77,5% de los habitantes de los cuales el 49,9% son mujeres y el 50,1% son hombres, basados en la información de la PEA en el caso del cantón Montecristi comprende el 46,1% de la PET; a continuación se representa la información a nivel , cantonal , provincial y nacional en el cuadro 4.14:

**Cuadro 4.14.** Estructura cantonal, provincial y nacional

Rama de Actividad	Cantón	Provincia	País
Población PET	54.514	1.079.305	11.494.416
Industrias Manufactureras	22,3%	7,4%	9,7%
Comercio al por Mayor y menor	14,6%	15,10%	17,6
Construcción	9,5%	5,6%	6,3%
Agricultura , Ganadería y silvicultura y pesca	8,8%	27,6%	20,8%
Trabajador nuevo	7,10%	5,9%	4,3%
Transporte y almacenamiento	6,3%	4,4%	5,0%
Enseñanza	5,2%	5,5%	4,9%
No declarado	9,1%	10%	7,6%
Otros menores	17,10%	18,10%	23,9%
Población por Rama de actividad PEA	25.128	497.665	6.106.327
Población PEI	28.386	581.640	5.388.089
Población Ocupada	46,1%	46,1%	53,1%

**Fuente:** Elaborado por los autores a partir del INEC Como citó en GAD Montecristi (2016)

Dentro de la composición de la PEA del Cantón Montecristi se pudo identificar que la agricultura y la pesca no se encuentran como una de las actividades con mayor participación, inclusive la tendencia a la realización de estas dos actividades cada vez es menor debido en su mayoría a un incipiente sistema de riego que ahondado por las continuas sequías, fomentando el abandono de los campos; a esto se suma los bajos rendimientos en la producción de ciertos productos como el café y la yuca. Y en el caso de la pesca por las limitaciones que existen para el desarrollo de la faena artesanal.

El sector agrícola ha visto limitado su crecimiento no solo en el consumo sino también en productos que eran exportables y ha incrementado la producción de

ciertos productos no tradicionales, causando el deterioro de las economías locales que buscan una política de promoción hacia un desarrollo agroindustrial de los productos denominados nativos. Este vacío ha provocado una escasa aplicación de nuevas tecnologías y un limitado desarrollo de productos, empaques y maquinaria que puedan mejorar los niveles de calidad y ha mermado de igual manera los niveles de competitividad de algunos productos.

Esto a su vez se ve complementado con reducidas políticas públicas para el fomento del agro, que son réplica de la situación nacional de este sector; entre las que se puede mencionar: limitado acceso a tecnología, poco acceso a créditos de fomento productivo, falta de capacitación, limitada innovación en el tipo de cultivo y escaso acceso a fertilizantes e insumos orgánicos, todo esto expresado en el cuadro 4.15:

**Cuadro 4.15.** Principales actividades comerciales de la población de Montecristi

Sector	Indicador	Vab	
		Monto USD	%
Primario	Agricultura , ganadería , silvicultura y pesca , explotación de minas y canteras	24.637,799	6,72
		3.368,50	0,92
Secundario	Industrias manufactureras	250.658,52	7,48
	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	8,36	3,23%
	Construcción	27.408,07	3,28%
Terciario	Comercio al por mayor y menor	11.848,34	0,31%
	Transporte y almacenamiento	12.006,41	0,29%
	Actividades financieras y de seguros	1.135,17	3,49%
	Actividades inmobiliarias	1.063,20	1,37%
	Administración pública y defensa	12.778,90	4,13%
	Enseñanza	5.010,67	0,26%
	Actividades de atención de la salud humana	15.132,34	0,12%
	Otras actividades de servicio		
<b>Total</b>		<b>366,477,79</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Elaborado por los autores a partir del Sistema Nacional de Información adaptado al GAD Montecristi (2020)

El sector agrícola actualmente cumple funciones de subsistencia o autoconsumo, producto de la falta de riego de muchas zonas; los cultivos pequeños se caracterizan por la siembra principalmente de sandía y ciertas frutas tropicales costeras, con presencia en algunos casos de maíz duro –choclo- y algunas verduras. Esta

economía soporta la dieta familiar, si en algún caso existen excedentes se busca comercializar con intermediarios que circulan por la vía aledaña a las comunidades, en donde se produce un efecto acopiador y de intercambio con otros productos, los excedentes que recoge el centro salen a las zonas de los bajos o hasta la ciudad de Montecristi, La Pila y en pocos casos a Manta y Portoviejo.

Como se observa en el cuadro 4.15, la actividad turística no figura como uno de los principales sectores productivos participantes dentro de la economía local aunque ciertamente esta se encuentra inmersa en “otras actividades de servicio”, predominada específicamente por la los subsectores de alojamiento y restauración con una participación que representa el 0,12% a nivel cantonal generando un monto de ingresos correspondiente a 15.132,34 dólares estadounidenses. La misma que según cifras del INEC como se citó en GAD Montecristi (2021) en el PDOT cantonal en 2020 empleó alrededor de 730 personas y que para el presente año, 2021, tras los efectos de la pandemia por la COVID-19 la cifra de ocupación se redujo en un 72%, empleando a un total de 206 personas en diversas áreas y funciones.

En consecuencia de lo planteado en el párrafo anterior, la actividad turística en la zona a pesar de ser incipiente se ha visto considerablemente afectada ya que su aportación decreció empeorando aún más la situación actual, y es que el efecto de la misma representa el 0.6% a nivel cantonal. Por ello, dentro del PDOT se plantean políticas estratégicas ligadas a promover el fomento del turismo enlazado en la conservación y protección del patrimonio cultural y natural, incorporando estos aspectos como eje de progreso (GAD Montecristi, 2020), que en suma pretende reactivar sector a través de la creación o mejoramiento de la oferta acorde a las potencialidades de la zona para lograr el desarrollo turístico e integral deseado.

Por su parte, Montecristi pertenece a una microrregión llena de atractivos naturales y culturales, es por eso que se debe entender su potencial como atractivo y también como parte de los circuitos turísticos de la provincia. Precisamente, el cantón tiene el 35% del total de los atractivos turísticos de la provincia según lo descrito en el Plan de Desarrollo Turístico de Manabí (2018), constituyéndose como una fortaleza, sumada la relevancia de la industria manufacturera (principal sector económico que

representa el 7.48%) vinculada a la actividad turística en donde destacan las artesanías en paja toquilla, piquigua, madera, plástico, mocora, cerámica y barro, sobresaliendo los sombreros de paja toquilla, donde su tejido ha sido reconocido como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Unesco así como las estatuillas, figuras y réplicas varias.

Otro aspecto a destacar, es que el cantón se percibe como un destino de paso, caracterizado así debido a que se encuentra conexo a la ciudad de Manta que es punto de embarque y desembarque tanto aéreo como naval de personas, donde la oferta de servicios turísticos pone a Montecristi como parte del circuito de visita a Manta, entre varias razones posibles por la cercanía y por el eje vial existente, donde los turistas visitan principalmente el casco urbano para conocer las manifestaciones culturales como el museo de Eloy Alfaro, la iglesia central, al igual para conocer sobre el tejido del sombrero de paja toquilla y efectuar la compra de éste artículo al igual que otras artesanías (Paredes, 2020)..

Para el análisis de la situación económica del cantón Montecristi se basó en los datos presentados en el PDOT cantonal, si bien es cierto en el 4.1.1., de esta investigación se hace un primer abordaje en este punto se procede a elaborar una matriz de problemas, soluciones y estrategias en relación al sector socioeconómico del área de estudio como aporte de la investigación (Ver anexo 10).

#### **4.1.4. CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL CANTÓN MONTECRISTI**

- **CARACTERIZACIÓN DE OFERTA**

El cantón Montecristi es conocido por su historia, recursos naturales y culturales siendo el componente cultural uno de los más relevantes puesto que sus artesanías y el sombrero de paja toquilla compone una de las mayores motivaciones para visitar esta zona de la provincia de Manabí. Y para satisfacer su demanda potencial el cantón cuenta con aproximadamente 14 establecimientos de alojamiento, 29 establecimientos con servicio de restauración, con más de 27 recursos turísticos y

culturales, resaltando entre los principales el centro cívico ciudad Alfaro, la Basílica menor de la Virgen de Monserrate, las artesanías de la Pila y el sombrero de paja toquilla. Los productos turísticos giran en torno a los ya mencionados recursos y atractivos; sumado a esto por una iniciativa de la universidad Laica Eloy Alfaro se está desarrollando senderismo y camping en las faldas del cerro Montecristi, refiriéndose a los años 2019-2020 en el proceso de la investigación.

En esta sección se analizó la situación de la planta turística y el soporte de la infraestructura complementaria en el cantón Montecristi que componen facilidades para este sector de la provincia de Manabí, con miras al desarrollo por parte de la empresa pública y privada según lo manifestado por la actual administración del GAD Montecristi 2019-2023. En este sentido, a continuación, se refleja según el catastro del GAD de Montecristi (2018) la planta turística en el cuadro 4.16:

**Cuadro 4.16.** Catastro sector de alojamiento

<b>TIPO</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Plazas#</b>	<b>Porcentajes%</b>
Hotel	4	100	40%
Hostal	3	60	30%
Cabañas	1	40	10%
Hotel cabañas	1	40	10%
Camping	1	50	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaborado por los autores a partir del GAD Montecristi (2018) en relación a fichas MINTUR

En lo que respecta al área de alojamiento se pudieron evidenciar limitaciones en este sector prioritario del desarrollo de la actividad turística puesto que no se denota una inversión progresiva de en lo que respecta a infraestructura hotelera, ya que se mantienen los mismos prestadores de servicios según los datos que manifiestan el catastro de este cantón y las últimas actualizaciones realizadas en el 2021. A continuación en el cuadro 4.17 se expondrá datos concretos de la oferta de alojamiento al año 2021 según datos del MINTUR, los mismos que fueron actualizados en junio del presente año, donde se reflejan variaciones en las estadísticas a causa de la COVID-19:

Cuadro 4.17. Oferta de alojamiento del sector hotelero de Montecristi en 2021

Establecimiento	Tipo	Categoría	Ubicación	N° hab.	N° camas	Plazas
La Chantalita	Hostería	Tercera	Montecristi, Cab Cantonal	25	52	88
Montecristi Real	Hostal	Segunda	Montecristi, Cab Cantonal	22	43	65
Montesito	Hotel	Tercera	Montecristi, Cab Cantonal	32	38	79
Orlando	Hotel	Segunda	Montecristi, Cab Cantonal	30	42	76
El Refugio	Hostal	Tercera	Montecristi, Cab Cantonal	23	43	65
Tierra Dorada	Hostería	Tercera	Montecristi, Cab Cantonal	14	16	32
El Cayito	Hostal Residencia	Segunda	Montecristi, Anibal San Andrés	18	20	30
<b>Total</b>				164	254	435

Fuente: Elaborado por los autores a partir del MINTUR (2021)

Ciertamente el cuadro 4.17 refleja que desde el 2018 la oferta de alojamiento se redujo en un 40%, sin embargo, la capacidad de plazas del sector incrementó significativamente debido a las acciones de expansión de los prestadores de servicios que acrecentaron el número de habitaciones y camas. No obstante, la oferta al presente sigue caracterizándose como deficiente, especialmente porque los establecimientos se localizan en la cabecera cantonal mientras que en las parroquias aledañas y claves para el desarrollo de la actividad cultural no existe oferta de este tipo. De igual manera, se evidencia que la categoría de los alojamientos está en un punto medio y no existen otras opciones para los requerimientos de los visitantes con distintos niveles de categorización, como es el caso de empresas de primera categoría.

Por otro lado, como resultado de la investigación bibliográfica se identificaron otros establecimientos que no reflejan estar incluidos o registrados dentro del catastro turístico del MINTUR, tal es el caso de Montecristi Golf Resort & Villas, el Balcones del Cerro Hotel – Cabañas y la hacienda Manantiales del Rocío, los mismos que son de lujo y los precios son altos a comparación de los anteriores expuestos en el cuadro. Además se identificó otros establecimiento más pequeños, denominados la Estancia Las Palmas, Quinta de Rodolfo, Complejo Sinai Resort, Cabañas Cayenas en donde los precios por habitaciones son más accesibles. En función a lo expuesto se determina que, en el cantón están operando 14 empresas dedicadas al alojamiento, por lo que la oferta se duplicaría al igual que la capacidad de plazas.

Entonces se puede llegar a deducir que el sector hotelero ofrece una oferta suficiente pero no la óptima en relación a la demanda potencial y esto ocasiona que exista una fuga de turistas hacia los cantones de Portoviejo y Manta donde se pueden encontrar de hoteles de 1 a 5 estrellas, situación diferente a la de Montecristi que posee hoteles de notoria baja categoría con una oferta de servicios limitados y básicos. Donde se refleja la incongruencia de las autoridades de paso en relación a los productos que puede ofertar este sector ha sido notoria puesta que este cantón posee una combinación de recursos y atractivos turísticos y naturales que hacen de esta ciudad llamativa para el turista, pero la falta de regulación, seguridad, promoción turística y puesta en valor para desarrollar productos sostenibles no han permitido que este cantón se determine como un destino turístico potencial en relación a los cantones que le anteceden.

A continuación, se mostrará la caracterización del servicio de restauración según el Catastro de reflejado en el cuadro 4.18:

**Cuadro 4.18. Servicio de restauración**

TIPO	AÑO 2018			AÑO 2021				OPERA		NOMBRE ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA
	N°	Mesas	%	Mesas		Plaza	%	2021			
				N°	Mesas			SI	NO		
Restaurante	7	154	72%	8	96	384	89%	x		Chifa Asia	Cuarta
								x		Chifa Hong Kong	Cuarta
								x			Cuarta
								x		La Esquina de Ales	Tercera
								x		La Fogata De Javi	Tercera
								x		El Jardín	Tercera
								X		Trattoria Da Gabriele	Tercera
								X		Vizcaya	Tercera
Cafetería	1	5	7%	1	9	36	11%	X		Dulce & Cremoso Montecristi	Segunda
Fuente Soda	3	31	21%	-	-	-	-		x	I Jemer	Tercera
									x	Multiservicios Rojas	Tercera
									x	Primax Montecristi	Tercera
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>190</b>	<b>100%</b>	<b>9</b>	<b>105</b>	<b>420</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

**Fuente:** Elaborado por los autores a partir del GAD Montecristi (2018) y MINTUR (2021)

En el cuadro 4.18 se observan los establecimientos dedicados al A&B en el cantón Montecristi entre los años 2018 y 2021, evidenciando una disminución en la infraestructura correspondiente al 8% debido a varios factores entre los que destaca la pandemia por la COVID-19 puesto que tras registrarse 11 emprendimientos en 2018 al presente año, según la actualización del catastro del MINTUR (2020) en junio, se registran en el sistema 9 unidades en el sector. Donde antes de la pandemia existían tres clasificaciones: restaurantes, cafeterías y fuentes de soda con 7, 1 y 3 establecimientos respectivamente, que en suma poseían un total de 190 mesas disponibles.

Actualmente, en el cantón se localizan 9 establecimientos de alimentos y bebidas que en su conjunto poseen 150 mesas con una capacidad de plazas para atender a 420 clientes, develando que consecuentemente tras la disminución de la planta decreció también el número de mesas y por ende la capacidad. Destacando que sólo participan dentro del mercado dos tipologías de empresas correspondientes a los restaurantes y cafeterías, puesto que se dieron de baja a las 3 fuentes de soda que operaban en el cantón. Es importante destacar que en el sector predominan los restaurantes en un 89% con un total de 8 emprendimientos caracterizados por clasificarse como de cuarta y tercera categoría, en donde sólo se registró un establecimiento más en 2021. Mientras que con el 11% participa una cafetería la cual se mantiene desde 2018 y posee segunda categoría.

En conclusión de lo expuesto con anterioridad, a pesar de que generalmente el sector de alimentos y bebidas tiene mayor participación a diferencia de otros subsectores turísticos, se percibe una baja participación del A&B en el territorio puesto que en el cantón la cantidad de establecimientos dedicados a esta actividad es limitada; por lo que, en este sentido, no se evidencia un desarrollo del mismo. En donde se visibiliza que tienen mayor número de locales los restaurantes, que en su conjunto con la cafetería no presentan una plaza óptima para el desarrollo del turismo cultural y con ello la acogida de visitantes. Además, lo presentado devela una problemática latente, la cual está relacionada con la operación de emprendimientos sin permisos correspondientes, de forma que no figuran en el



catastro ya que existen establecimientos típicos especialmente en las afueras de la ciudad.

Por otro lado, en lo que respecta los establecimientos de esparcimiento, recreación y ocio acorde al catastro en el cantón no posee estos. Específicamente, para diversión nocturna tanto habitantes como los visitantes generalmente acuden a los poblados más cercanos como Manta y Portoviejo, a pesar de que existe un Karaoke llamado Estrella Open Mind Bar Karaoke que aún no consta en el catastro.

- **ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

Para poder analizar el perfil de la demanda turística actual del cantón Montecristi se tomó como referencia la información brindada por el departamento de turismo del GAD Montecristi los cuales constaban en un informe técnico que se realizó antes de la pandemia del Covid-19. De igual manera, como parte de la obtención de datos para la construcción del perfil se basó en los resultados de las 384 encuestas aplicadas que se efectuaron de manera personal entre los meses de octubre y noviembre de 2019 así como entre enero y febrero del año 2020. A continuación, se procede a exponer el producto de la encuesta en los cuadro 4.19, 4.20 y 4.21:

**Cuadro 4.19.** Resultado de las características demográficas de las encuestas

VARIABLE	ASPECTOS	RESULTADOS
<b>CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICA</b>	Edad	18 – 30 (28.4%), 31 – 40 (10.9%), 41 – 50 (17.2%), 51 – 60 (16.7%), Más de 60 (26.8%)
	Origen:	Nacional (58.1%), Extranjero (41.9%)
	Lugar de procedencia	Quito (22.7%), Portoviejo (7.6%), Manta (15.4%), Guayaquil (10.9%), Suiza (8.5%), España (5.8%), Londres (7.3%), Italia (7.3%), USA (5.5%)
	Educación	Primarios y secundarios (38.8%), Medios o técnicos (5.7%), Tercer nivel (45.6), Cuarto nivel (9.9)
	Actividad laboral	Ama de casa (11.2), Profesional (21.4%), Estudiante (15.9%), Empleado privado (16.7%), Empleado público (24.0%), Empresario (10.9%)
	Nivel de ingresos	100 – 200 (5.5%), 200 – 350 (8.3%), 350 – 400 (31.5%), 400 – 500 (22.9%), 500 – 600 (8.3%), 600 a más (23.5%)

Elaborado por: El autor

En función de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas presentados en el cuadro 4.19 se caracteriza el perfil de los visitantes del cantón Montecristi desde

la perspectiva demográfica de la siguiente manera: Los turistas del destino predominantemente con un 28.4% se encuentran en un rango de edad que varía entre los 18 y 30 años, otro 26.8% posee más de 60 años, tratándose en parte debido a la llegada de cruceros que comprenden estas características. Por otro lado, un 17.2% de los visitantes tiene entre 41 a 50 años, seguidamente un 17.2% se posicionan dentro del rango de 51 a 60 y, por último, un 10,9% de los encuestados tiene entre 31 a 40 años.

Los resultados determinaron que el 58.1% de los visitantes son nacionales provenientes de distintas partes del país destacando Quito con un 22.7%, seguido de Manta con 15.4%, otros desde Guayaquil con un 10.9% y de Portoviejo en un 7.6%. Mientras que el 41.9% de los encuestados son extranjeros procedentes de países como Suiza con un 8.5% de visitantes, seguido de Londres e Italia ambos con un 7.3% de representación, de igual manera el 5.8% de turistas internacionales llegan desde España y, finalmente, el restante que corresponde al 5.5% vienen desde Estados Unidos. En este sentido, se puede concluir que el mercado al que debe dirigir su oferta es el nacional, específicamente a los provenientes de Quito, aunque claramente se debe delinear acciones para atraer el mercado extranjero.

Siguiendo con la interpretación de los resultados, se establece que el nivel de educación del 45.6% de encuestados que visitan a Montecristi es de tercer nivel, mientras que del 38.8% poseen estudios primarios y secundarios, otro 9.9% y, por último, un 5.7% adquirieron un nivel medio o técnico. Los cuales en su mayoría son empleados públicos en un 24%, de igual forma un 21.4% se identificaron como profesionales, un 15.9% se declararon estudiantes, seguidamente otro 11.2% de turistas son amas de casa y, por último, el 10.9% restante de encuestados señalaron por actividad laboral que son empresarios. Con un nivel de ingresos predominante que está el rango de \$350 a 400 en un 31.5%, mientras que el 23.5% de los participantes de la encuesta señalaron que sus ingresos superan los \$600, otros manifestaron que su nivel varía entre los 400 a 500 en un 22.9%, así mismo el 8.5% declararon que su nivel bordea entre los \$200 y 350 de ingresos, otro 8.5% manejan

entre \$500 a 600 y finalmente una minoría representada en el 5.5% que bordea un nivel entre \$100 a 200 de ingresos.

En definitiva, todos los datos presentados se constituyen como base y, a su vez, indicativos que direccionan la toma de decisiones de los gestores turísticos y su posterior diseño de estrategias que giren en torno a las características de los visitantes para de esa forma adecuar la oferta en un proceso de adaptación basado en los requerimientos de la demanda para su satisfacción, en donde la oferta de productos, actividades y servicios esté dirigida a los segmentos de edad y de importancia identificados así como también su valor esté vinculado a su nivel de ingresos, de modo que se accesible para los segmentos.

**Cuadro 4.20.** Resultado de las características viaje de las encuestas

VARIABLE	ASPECTOS	RESULTADOS EN %
<b>CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE</b>	Compañía	Familia (25.3%), Amigos (16.1%), Pareja (40.9%), Sólo (13.3%), Compañeros de trabajo (4.4%)
	Factores de motivación	Ciudad de Montecristi (33.3), Iglesia Menor de la Virgen de Monserat (8.1%), Centro Cívico Ciudad Alfaro (38.8%), Compra de artesanías (13.3%), otros (6.5%)
	Información	Redes sociales (37.2%), Tv o radio (36.2%), Revistas (4.2%), Folletos turísticos (15.4%), Ferias turísticas (4.2%), Publicidad boca a boca (2.9%)
	Viaje	Transporte público (75.3%), Transporte privado (24.7%)
	Visita por primera vez	Si (63.3%), No (36.7%)

Elaborado por el : Los Autores

En función a lo presentado en el cuadro 4.20, haciendo énfasis en el aspecto de cómo viajan los visitantes al cantón Montecristi el 40.9% mencionó que hace turismo junto a su pareja, un 25.3% de los encuestados señalaron que lo hacen en compañía de la familia, de igual manera un 16.1% viajan con los amigos, un 13.3% realizan sus visitas solos y el 4.4% de la muestra restante indicó que viajan en compañía de los compañeros de trabajo. Por lo que estos datos se constituyen con información base para los gestores para construir la oferta turística del cantón direccionada a los segmentos de turismo familiar y de pareja fundamentalmente, así como para los administradores de establecimientos dedicados al alojamiento y

alimentación en conocimiento de sus potenciales clientes y adecuar sus instalaciones en función a los datos presentados.

Por otro lado, con respecto al principal motivo de visita al cantón Montecristi el 38.8% de los encuestados indicaron que es conocer el Centro Cívico Ciudad Alfaro, un 33.3% hizo mención que la motivación para trasladarse al destino es conocer la ciudad de Montecristi y sus alrededores, de igual manera un 8.1% señaló que motivó la visita la Iglesia Menor de la Virgen de Monserrat, otro 13.3% acudieron al cantón para la compra de artesanía y un 6.5% de la muestra se desplazó a la zona por otras razones. Estos datos conducen a establecer que el turismo cultural en todas sus modalidades ciertamente constituye una fortaleza turística del cantón por lo que los factores preponderantes resultado del estudio conllevan a conocer hacia donde está direccionada las preferencias de la demanda, lo que da todas las bases para la construcción de una oferta de productos atractiva, así como para adecuar y trabajar los atractivos en cuestión, entre otros aspectos.

Ahora bien, respecto a los canales a través los cuales se informaron los visitantes sobre el destino Montecristi el 37.2% hicieron mención que fue por las redes sociales, en cambio un 36.2% de los encuestados destacaron que conocieron de éste por medio de la televisión y radio, por otro lado un 15.4% manifestaron que se informaron a través de folletos turísticos, un 4.2% de los visitantes conocen del lugar por revistas, así mismo otro 4.2% de la muestra obtuvo conocimiento de Montecristi en ferias turísticas y, por último, un 2.9% se informaron por la publicidad boca a boca. Lo expuesto es un indicador que evidencia que la promoción en redes sociales ha tenido impacto positivo, por lo que efectivamente se debe potencializar los esfuerzos de comercialización en estas plataformas, de igual manera se evidencia que otro porcentaje importante conoce del destino por la tv o radio por lo que es otra alternativa de promoción que debe trabajar el destino para un mayor alcance y posicionamiento en el mercado.

**Cuadro 4.21.** Resultado de la relación con el destino y el servicio hotelero de las encuestas

<b>VARIABLE</b>	<b>ASPECTOS</b>	<b>RESULTADOS EN %</b>
Hospedaje	Montecristi (14.8%) , Portoviejo (5.2%), Manta (41.1%), Otro (10.9%)	

<b>RELACIÓN CON EL DESTINO Y EL SERVICIO HOTELERO</b>	Infraestructura y servicios	Excelente (1.3%), Bueno (68.2%), Regular (21.6%), Malo (8.9%)
	Gasto diario	Menos de \$50 (60.4%), \$51 - 100 (32.6%), \$101 - 200 (7.0%), Más de \$200 (0%)

**Elorado por:** Los autores

Finalmente, acorde a lo exhibido en el cuadro 4.21 en relación a la variable destino y al servicio hotelero en el destino resultó en el aspecto de hospedaje que casi la mayor parte de los visitantes encuestados pernoctan en establecimientos hoteleros del cantón vecino Manta, mientras que un 14.8% de la demanda se hospeda en el propio cantón, por otro lado, una minoría que representa el 5.2% se aloja en Portoviejo, mientras que el 10.9% restante indicaron que realizan el hospedaje en otras zonas y formas. Por lo que estos datos evidencian por un lado la deficiencia de los servicios de alojamiento en la zona, y de igual manera, que el cantón es un destino de paso o sólo un lugar de visita por un día que no merece la estancia. Lo que conlleva a precisar líneas acertadas de actuación para incrementar el nivel de hospedaje en la zona.

Respecto a la infraestructura y servicios el 68.2% de la muestra encuestada la caracterizó como buena, mientras que el 21.6% la valoró como regular, así mismo un 8.9% la destacó como mala y una minoría que representa el 1.3% de los encuestados la encuadró dentro del nivel excelente. En efecto, aunque si bien es cierto preponderantemente la oferta se considera como buena el restante de incide la cataloga como regular y mala, por lo que se deben efectuar acciones dirigidas a mejorar la infraestructura de servicios básicos y turísticos para la satisfacción de los usuarios.

Finalmente, mediante los resultados de la encuesta se determinó que el gasto diario que realizan los visitantes encuestados del cantón Montecristi en un 60.4% es menor a \$50 dólares, le sigue una media que varía entre los \$51 a 100 dólares que consume el 32.6% de los demandantes, luego un 7% gasta diariamente alrededor

de \$100 a 200 dólares. Por lo que de cara al nivel bajo de consumo turístico en el cantón se debe trabajar una oferta con valor agregado que incite a incrementar el nivel de gasto de los visitantes en función a sus requerimientos y preferencias, de modo que como consecuencia ello genere un mayor rédito a los involucrados en la actividad.

### **Análisis general:**

En rango de los turistas nacionales que visitan el cantón Montecristi es de 18 a 30 años de edad, la mayoría de ellos viaja con su pareja y cuentan con estudios superiores el ingreso familiar mensual que perciben va desde los \$240 a \$ 350 y tienen un gasto promedio diario de al menos de \$50 dólares, tomando en consideración que estos pueden viajar con compañía de más de dos personas la mayoría de turistas que determinó que llegaban provenían en su mayoría de la ciudad de Quito y otros cantones de la provincia de Manabí. Por otra parte, los turistas internacionales que visitan el cantón Montecristi van desde los 31 a 52 años de edad en su mayoría casados con estudios superiores con un gasto promedio diario de más de \$50 dólares diarios donde la mayoría de turistas que visitan Montecristi son provenientes de Europa.

En lo que respecta al comportamiento del visitante en función de los resultados de la encuesta se concluye que el 70% de los turistas encuestados respondieron que era la primera ocasión que visitaban la ciudad de Montecristi, para el 60% de los turistas el principal motivo para ir a Montecristi es conocer ciudad Alfaro, las visitas que realizan los visitantes la realizan porque conocieron del lugar por documentales en tv abierta, pero estos visitantes se hospedan en la ciudad de Manta y solo un 15 % se hospedan en Montecristi. Acerca de los servicios complementarios tales como alojamiento alimentación y transporte estos opinan en su mayoría que son buenos pero que pueden mejorar al igual que la seguridad, los turistas principalmente aquellos que llegan directamente a conocer ciudad Alfaro y otros atractivos del cantón ya mencionados viajan en transporte público.

A continuación, se presenta el perfil de la demanda que visita el cantón Montecristi basado en los resultados de la aplicación de las encuestas antes exhibidos en el cuadro 4.22:

**Cuadro 4.22.** Perfil del cliente que visita el cantón Montecristi

VARIABLE	RESULTADOS
Edad	18 a 30 años
Origen	Nacional: Quito Internacional: Suiza, Italia y Londres
Compañía	En pareja
Educación	Superior
Nivel de ingresos	\$200 a \$ 600
Factores de motivación	Conocer Ciudad Alfaro
Información del destino	Documentales en TV abierta y redes sociales
Lugar de hospedaje	Manta
Gasto diario	\$50
Infraestructura y servicios	Bueno
Viaje	Transporte público

**Elaborado por:** Los autores

En función a la información obtenida a través de las encuestas y plasmada en el perfil, se puede evidenciar que al ser la demanda en gran proporción proveniente del mismo país se debe orientar acciones para la consolidación de este segmento, en especial a las personas de la ciudad de Quito. De igual manera, aunque la demanda internacional representa un porcentaje bajo y poco significativo es un indicador que es un segmento potencial por lo que claramente se deben delinear acciones estratégicas para la atracción de este nicho de mercado.

Las características que presenta el perfil registrado, su edad, así como también el nivel de educación y el promedio de ingresos refleja que se puede trabajar productos que integren distintos servicios y valores agregados dirigidos a parejas especialmente, con actividades diversas que impliquen dinamismo a su vez, dado que son jóvenes, no tienen hijos y tienen mayor capacidad de gasto. Ahora bien, dado que el factor motivacional de visita es conocer Ciudad Alfaro ello es un indicador de que la modalidad preponderante es el turismo cultural, de modo que se puede trabajar una oferta orientada hacia dicha tipología ligada con otras alternativas que sea atractiva y alineada a los gustos y preferencia de la demanda.

Los resultados demuestran claramente que una de las deficiencias gira en torno a la promoción del destino puesto que sólo se están enterando de la zona a través de la tv, por lo que en primera instancia no se está trabajando con el marketing de contenido y de social media y consecuentemente el alcance es limitado puesto que en la actualidad las redes sociales son el mayor medio de difusión. A pesar de ello, los flujos de visita se mantienen, sin embargo, se deben tomar acciones afines.

Debido a factores como la deficiente oferta de servicios en el destino, así como también la limitada oferta de productos turísticos que inciten al visitante a pernotar en el lugar de estudio se evidencia en el hecho de que los turistas se hospedan en zonas aledañas como Manta fundamentalmente a pesar la oferta general se califica como buena. Por lo que lo expuesto deja al descubierto que Montecristi se considera como un destino de paso; para ello se debe mejorar e incrementar la planta turística, así como diversificar la oferta a través del diseño de productos orientados hacia el turismo cultural que sea llamativa a la demanda.

Finalmente, los elementos analizados para el presente trabajo de investigación juegan un papel fundamental dado que direccionan ciertos aspectos que se deben tener en cuenta a la hora de diseñar productos turísticos, de promocionar, planificar y demás como estrategias de fomento de desarrollo de turismo cultural en base a la evaluación de las potencialidades del territorio.

#### **4.1.4. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA SITUACIÓN DEL TURISMO CULTURAL DEL CANTÓN MONTECRISTI**

Las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas fueron tomadas en consideración desde la perspectiva turística generada en las actividades anteriores así como de los resultados de las entrevistas realizadas a las autoridades pertinentes (ver anexo 10), a continuación, se detalla lo expresado en el cuadro 4.23:



Cuadro 4.23. Matriz DAFO

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• F1 Patrimonio Natural, Cultural e histórico del Ecuador</li> <li>• F2. Sede de la Asamblea Constituyente del Ecuador en 2008</li> <li>• F3. Tejido tradicional del sombrero de paja toquilla como patrimonio inmaterial de la humanidad</li> <li>• F4. Variada oferta en artesanías en barro, réplicas de figuras precolombinas y otras derivadas de la paja toquilla</li> <li>• F5. Recursos naturales y culturales de interés del turista nacional e internacional</li> <li>• F6. Revalorización del patrimonio cultural material e inmaterial</li> <li>• F7. Puesta en Valor de la obra de mano del artesano</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>O1.</b> Forma parte de la ruta cultural de los cruceros</li> <li>• <b>O2.</b> Cercanía a ciudades como la capital de Manabí Portoviejo y la ciudad de Manta</li> <li>• <b>O3.</b> Creciente demanda nacional e internacional en la compra de artesanías especialmente las elaboradas en base a la paja toquilla</li> <li>• <b>O4.</b> Lugar obligatorio de tránsito para las personas que se dirigen por la vía Jipijapa-Portoviejo –Manta</li> <li>• <b>O5.</b> Cercanía al Aeropuerto internacional Eloy Alfaro de Manta</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• D1. Deficiente promoción turística del cantón Montecristi</li> <li>• D2. Servicios básicos deficientes (agua potable, alcantarillado, desechos sólidos, vías internas)</li> <li>• D3. Escasa inversión Pública municipal en el sector turístico</li> <li>• D4. Deficiente alineación de la planificación local para el desarrollo del turismo</li> <li>• D5. Desaprovechamiento del turismo cultural por parte de los gestores locales</li> <li>• D6. Escasa intervención de los beneficios en relación a la declaratoria como Ciudad Patrimonial del Ecuador por autoridades locales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>A1.</b> Poco interés del mercado nacional en el patrimonio cultural</li> <li>• <b>A2.</b> Escaso apoyo integral del Gobierno Nacional en la inversión turística en todo el cantón</li> <li>• <b>A3.</b> Afectaciones al sector turístico por la pandemia Covid-19.</li> </ul>

**Elaborado por:** Los autores

Seguidamente se expone en el cuadro 4.24 la matriz de FODA estratégico ponderada, en donde se relacionaron los cuadrantes establecidos a través de interrogaciones y evaluando a su vez con valores que va de 0 a 3, donde 0 significa que no *existe relación*, el 1 simboliza que hay poca relación, el 2 expresa una significancia de relación regular y, por último, el 4 señala que existe una fuerte relación.

		ANÁLISIS EXTERNO									
		OPORTUNIDADES				TOTAL	AMENAZAS			TOTAL	
		O1	O2	O3	O4	-*	A1	A2	A3		
ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS	F1	4	4	3	3	15	3	2	3	8
		F2	4	3	2	3	12	3	2	2	7
		F3	2	3	2	2	9	3	1	3	7
		F4	4	4	3	4	14	2	2	2	6
		F5	4	4	3	3	15	0	1	2	3
		F6	4	4	4	2	14	3	2	3	8
		F7	4	3	2	2	11	1	2	3	6
	TOTAL	25	26	18	20	89	15	12	15	42	
	DEBILIDADES	D1	3	2	2	3	10	2	1	2	5
		D2	2	2	3	3	10	3	1	1	5
		D3	2	2	1	2	7	2	1	3	6
		D4	3	2	1	3	9	3	2	2	7
		D5	2	2	1	3	8	2	3	2	7
	TOTAL	12	10	8	14	44	12	8	10	30	

Cuadro 4.24. FODA ponderado

Elaborado por: los autores

Seguidamente en el cuadro 4.25 se exponen los elementos que obtuvieron mayor ponderación dentro de cada uno de los cuadrantes en la matriz del FODA estratégico:

Cuadro 4.25. Elementos del FODA resultantes

<b>FORTALEZA</b>	-Patrimonio Natural, Cultural e histórico del Ecuador -Recursos naturales y culturales de interés del turista nacional e internacional
<b>OPORTUNIDAD</b>	-Cercanía al Aeropuerto internacional Eloy Alfaro de Manta
<b>DEDIBILIDAD</b>	-Inoportuna alineación de la planificación nacional y local para el desarrollo del turismo -Desaprovechamiento del turismo cultural
<b>AMENAZA</b>	-Poco interés del mercado nacional en el patrimonio cultural

Elaborado por: Los autores

## • ANÁLISIS ESTRATÉGICO GENERAL

En relación a los resultados obtenidos a través de la matriz FODA y su respectiva ponderación se establece que el cantón Montecristi debe potenciar al máximo sus fortalezas y oportunidades que están en función al Patrimonio natural, cultural e histórico así como los recursos naturales y culturales de interés del turista nacional

e internacional y la oportuna cercanía al aeropuerto internacional Eloy Alfaro de Manta, de tal manera que se puedan generar soluciones a corto, mediano y largo plazo con respecto a las debilidades y amenazas de una manera óptima puesto que el cuadrante con mayor ponderación fue el Maxi-Maxi con un total de 89 puntos, por lo que consecuentemente las estrategias que se deben adoptar son de tipo ofensiva (Véase cuadro 4.26).

Para así lograr el fin que persigue el presente trabajo de investigación y compensar la inoportuna alineación de la planificación nacional y local para el desarrollo del turismo, así como el desaprovechamiento del potencial del turismo cultural y, por otro lado, contrarrestar el poco interés del mercado nacional en el patrimonio cultural. Es en este punto, donde se establece un punto de fricción en los gobiernos locales y el Gobierno, puesto que como ya se pudo analizar existen los programas y lineamientos, sin embargo, no se ejecutan las acciones para poder fomentar el desarrollo del turismo cultural y comunitario.

**Cuadro 4.26.** Determinación de Estrategia

	<b>Debilidad</b>	<b>Amenaza</b>
<b>Fortaleza</b>	Estrategias Ofensivas	Estrategias Defensivas
<b>Oportunidad</b>	Estrategias de Orientación	Estrategias de Supervivencia

Elaborado por: los autores

- **PROBLEMA ESTRATÉGICO GENERAL**

La ponderación estratégica permitió determinar el siguiente problema estratégico:

Si continua el Poco interés del mercado nacional en el patrimonio cultural teniendo en consideración la inoportuna alineación de la planificación nacional y local para el desarrollo del turismo, así como el desaprovechamiento del turismo cultural, aunque el cantón posea diversidad de recursos naturales y culturales, así como también sea considerado patrimonio natural, cultural e histórico del Ecuador, no podrá aprovechar la cercanía al Aeropuerto internacional Eloy Alfaro de Manta

- **SOLUCIÓN ESTRATÉGICA GENERAL**

De igual forma la solución estratégica se plantea a raíz de la mayor puntuación en la matriz FODA en los impactos cruzados, a continuación, se define el cometido:

Haciendo uso pleno de los recursos naturales y culturales, así como también la consideración del cantón como patrimonio cultural e histórico del Ecuador, se delinearán lineamientos estratégicos con el objetivo de minimizar el poco interés del mercado nacional en el patrimonio cultural para superar y contrarrestar la inoportuna alineación de la planificación nacional y local para el desarrollo del turismo, así como el desaprovechamiento del potencial en modalidades culturales.

#### **4.2. DETERMINACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS CULTURALES DEL CANTÓN MONTECRISTI**

Dentro de los recursos y atractivos turísticos que posee el área de estudio se tomó como referencias el PDOT y el inventario realizado por el MINTUR entre los cuales se encuentran recursos naturales, culturales, mismos que son analizados desde la perspectiva de la oferta los cuales serán expresados en el cuadro 4.27:

**Cuadro 4.27.** Recursos turísticos de cantón Montecristi

<b>CATEGORÍA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Sitios Naturales	5	19%
Museos	3	11%
Folklore	14	52%
Manifestaciones culturales, Acontecimientos programados (Festividades)	5	19%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Los autores

En el cuadro 4.28 se demuestra un alto índice de componentes culturales en referencia a las manifestaciones culturales, de tal manera que se podría realizar propuestas de productos turísticos culturales fundamentados en la sostenibilidad puesto que este cantón también posee un alto índice de flora y fauna según lo

menciona en el Plan de Ordenamiento Territorial PDOT (2016) y las fichas del MINTUR (2016) como se expone a continuación:

**Cuadro 4.28.** Recursos y Atractivos Turísticos

NOMBRE	DENOMINACIÓN		
	Recursos	Atractivo	Denominación
Artesanías de la parroquia la Pila	x		Cultural
Ámbito artesanal : sombrero de paja toquilla	x		Cultural
Centro cívico ciudad Alfaro		X	Cultural
Centro histórico de Montecristi		X	
Basílica menor de la virgen de Monserrate		X	Cultural
Pacoché		X	Natural
San Can y cerro Montecristi	x		Natural
Colinas circundantes a Portoviejo	x		Natural

Fuente: Elaborado por los autores a partir del MINTUR (2016)

#### 4.2.1. CARACTERIZACIÓN DE RECURSOS Y ATRACTIVOS CULTURALES DEL CANTÓN MONTECRISTI

Para realizar la caracterización de los recursos y atractivos culturales del cantón Montecristi por falta de información actualizada se hace un registro de aquellos con mayor posicionamiento local y con proyección internacional. En primera instancia, se realizó una visita al departamento de turismo del GAD con el objetivo de obtener información actualizada en lo que respecta a un fichaje técnico de atractivos y recursos tras no poseer dicha herramienta, consecuente a ello se procedió a analizar el PDOT donde se encontró información básica en cuanto a estos componentes de la actividad turística, lo cual proporcionó a los autores poder aplicar las fichas de inventario y caracterización del MINTUR (2018), donde se pudo hacer el registro (véase anexo 4). A continuación, se expondrán en el cuadro 4.29 la caracterización de los recursos inventariados:

**Cuadro 4.29.** Categorización de los principales recursos y atractivos turísticos del Cantón Montecristi

Nombre	Código	Categoría	Tipo	Subtipo
Centro Cívico Ciudad Alfaro	01	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Histórica(Civil, religiosa, Militar, Vernácula)
Basílica menor de la Virgen de Monserrate	01	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Histórica(Civil, religiosa, Militar, Vernácula)

Artesanías de la Parroquia la Pila	05	Manifestaciones Culturales	Folclore	Ferias y mercados
Sombrero de Paja Toquilla	03	Manifestaciones Culturales	Folclore	Artesanías y arte
Centro Histórico de Montecristi	01	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Ciudad Histórica patrimonial

Elaborado por: Los Autores

- **CENTRO CÍVICO CIUDAD ALFARO**

El centro cívico Ciudad Alfaro se encuentra ubicado en las faldas del cerro Montecristi, desde su construcción para ser la sede de la Asamblea Constituyente en el 2008, todo este complejo construido a través de la perspectiva de la historia del viejo luchador como se lo conocía al general Eloy Alfaro de quién se le hace honor en la construcción en dicho complejo, el cual está compuesto por áreas entre las cuales consta el museo y mausoleo, una réplica del ferrocarril, un salón de conferencias (sede asamblea), una explanada donde se dan la venta de artesanías y eventos culturales.

Una vez cesada las funciones de la Asamblea Constituyente en 2012 esta pasó a pertenecer al Ministerio de Cultura teniendo a su manejo las actividades realizadas en esta sede y en Cerros de Hojas Jaboncillo en donde la actividad turística es predominante para exponer los recursos que poseen. A Ciudad Alfaro se puede llegar a través de la empinada AV.10 de agosto que nace en la vía que conecta a los cantones Manta y Portoviejo. Un dato a destacar es la explanada del recinto puesto que en este se pueden parquear hasta 300 vehículos, también a pocos pasos del ferrocarril se encuentra el paseo artesanal Concebí que cuenta con 35 locales que ofrecen productos artesanales como tejidos de algodón, cabuya y pajatoquilla, elementos de mimbre, bejuco y madera. Cabe destacar que todos los espacios son públicos y de acceso gratuito que están abiertos de lunes a domingo desde las 8:30 hasta las 17:00.

- **BASÍLICA MENOR DE LA VIRGEN DE MONSERRATE**

La basílica menor de la virgen de Monserrat está ubicada en el centro de la ciudad de Montecristi diagonal al parque central de la ciudad. Esta basílica que tiene

denominación por el Vaticano se ha constituido como uno de los atractivos para los turistas tanto nacionales como internacionales, tanto así que la fiesta de esta Virgen mueve miles de personas en los meses de Octubre y la fecha grande de festejo el 21 de Noviembre, según datos oficiales del GAD Montecristi (2018) este acontecimiento religioso acoge un promedio de 300.000 peregrinos en la homilía que es acompañada por una procesión o peregrinaje dentro de la ciudad.

Según datos del historiador Carlos Avellán la imagen de la Virgen de Monserrat fueron donadas al igual que las Vírgenes de la Merced de Portoviejo y la Virgen de La Asunción en la parroquia de Picoazá, las cuales fueron donadas hace aproximadamente 480 años por el rey Carlos V. La basílica en cuestión fue construida entre los años de 1950 y 1962 por el Párroco Emil Pálcic de la cual destaca en el interior del templo religioso columnas de estilo romano y barroco en conjunto con una torre de 66 metros que una de las características principales y predominantes de este atractivo del cantón Montecristi.

- **ARTESANÍAS DE LA PARROQUIA LA PILA**

La actividad de la parroquia da origen con la visita de locales para la compra de artesanía, las cuales son de mayor afluencia en dos temporadas en específico: las vacaciones y los feriados. La exposición de artesanías de figuras de barro caracterizan las costumbres y tradiciones de las diferentes culturas que han coexistido en la provincia de Manabí , trayendo a colación se hace énfasis que entre las principales culturas que representan los artesanos que comprendes figurines de la cultura Valdivia como una de las más antiguas del continente americano conocidas por las venus de Valdivia entre otras representaciones de culturas precolombinas se tiene: La Chorrera , Machalilla, Guangala, Bahía, Chirije y Jama Coaque.

La asociación de cerámica La Pila tiene como objetivo rescatar los valores culturales del artesano y traspasar aquel conocimiento de los más adultos hacia la nueva generación, esto debido al carácter de importancia de la pertenencia e identidad cultural de la zona. Otra de las expresiones artísticas de la pila es la elaboración de

sombreros de paja toquilla el cual se ha convertido en un producto de exportación de los cuales existen dos tipos: los finos y gruesos; este sombrero se confecciona de entre 3 semanas a 6 meses, esto varía a las manos del artesano y la calidad.

- **SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA**

A partir del 5 de Diciembre del 2012 el tejido tradicional de paja toquilla del Ecuador fue considerado como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO. En este se expresa la cultura ancestral y milenaria del país, el sombrero de paja toquilla es un producto 100% ecuatoriano el cual se ha logrado posicionar en mercados europeos y mercados norteamericanos. En Montecristi el sombrero de paja toquilla es conocido por tener varias formas o texturas siendo el de tejido fino y extrafino los más solicitados por visitantes de mayor poder adquisitivo. Los artesanos han demostrado durante décadas sus conocimientos ancestrales y técnicas de fabricación artesanal del sombrero, entre los registros de la venta de este artículo su venta ha llegado a ascender hasta 100.00 para la casa Británica.

#### **4.2.2. EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS CULTURALES A TRAVÉS DE LA FICHA DE MINTUR**

Una vez establecidos el inventario y la caracterización de los recursos y atractivos del cantón Montecristi se procedió a realizar una evaluación y jerarquización de los mismos a través de las fichas del MINTUR (2018) y la guía de procedimiento de jerarquización con la cual se pudo trabajar la metodología de los mismos (Véase Anexo 6). Esto permitió establecer una tabla de pre-ponderación de los atractivos culturales, las cuales se mostrarán a continuación en los cuadros del 4.30 al 4.35:

**Cuadro 4.30..** Evaluación y jerarquización del Atractivo turístico Centro Cívico ciudad Alfaro

<b>RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA</b>			
<b>CRITERIO DE VALORACIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>RESULTADO</b>
Accesibilidad y conectividad	Contempla el ingreso , horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con discapacidad, además se hace referencia a las vías de acceso del sitio con énfasis en las cualidades que condicionan a la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica	<b>18</b>	<b>10</b>



Planta Turística y servicios	Registra equipamientos y disponibilidad de servicios del atractivo	<b>18</b>	<b>7</b>
Estado de conservación e integración del sitio / Entorno	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales en particular de las condiciones de su sitio y el entorno	<b>14</b>	<b>10</b>
Higiene y seguridad turística	Hace referencia a la disponibilidad de mecanismos para la recolección de basura , procedencia del agua , presencia de actos vandálicos , limpieza e iluminación del atractivo	<b>14</b>	<b>8</b>
Políticas y regulaciones	Consideración del atractivo dentro de la planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para actividades que realiza el atractivo	<b>10</b>	<b>7</b>
Actividades que se practican en el atractivo	Constatación de actividades que se practican en el atractivo	<b>9</b>	<b>5</b>
Difusión del atractivo	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias o reconocimientos. Relevancia o divulgación	<b>7</b>	<b>5</b>
Registro de visitantes y afluencias	Registro de tipo de visitantes, perfil del consumo, volumen intensidad de uso. Estimación demanda de demanda potencial	<b>5</b>	<b>5</b>
Recursos humanos	Hace referencia al nivel de instrucción académico personal que labora en el atractivo	<b>5</b>	<b>3</b>
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>60</b>

**Fuente:** Elaborado por los autores a partir de la ficha de evaluación y jerarquización del MINTUR (2018)

**Cuadro 4.31.** Evaluación Y jerarquización del Atractivo turístico Basílica Menor de la virgen de Monserrat

<b>RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA</b>			
<b>CRITERIO DE VALORACIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>RESULTADO</b>
Accesibilidad y conectividad	Contempla el ingreso , horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con discapacidad, además se hace referencia a las vías de acceso del sitio con énfasis en las cualidades que condicionan a la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica	<b>18</b>	<b>13</b>
Planta Turística y servicios	Registra equipamientos y disponibilidad de servicios del atractivo	<b>18</b>	<b>7</b>
Estado de conservación e integración del sitio / Entorno	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales en particular de las condiciones de su sitio y el entorno	<b>14</b>	<b>8</b>
Higiene y seguridad turística	Hace referencia a la disponibilidad de mecanismos para la recolección de basura , procedencia del agua , presencia de actos vandálicos , limpieza e iluminación del atractivo	<b>14</b>	<b>7</b>

Políticas y regulaciones	Consideración del atractivo dentro de la planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para actividades que realiza el atractivo	10	4
Actividades que se practican en el atractivo	Constatación de actividades que se practican en el atractivo	9	4
Difusión del atractivo	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias o reconocimientos. Relevancia o divulgación	7	5
Registro de visitantes y afluencias	Registro de tipo de visitantes, perfil del consumo, volumen intensidad de uso. Estimación demanda de demanda potencial	5	2
Recursos humanos	Hace referencia al nivel de instrucción académico personal que labora en el atractivo	5	1
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>50</b>

**Fuente:** Elaborado por los autores a partir de la ficha de evaluación y jerarquización del MINTUR (2018)

**Cuadro 4.32.** Evaluación Y jerarquización: Artesanías de la parroquia la Pila

<b>RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA</b>			
<b>CRITERIO DE VALORACION</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PONDERACION</b>	<b>RESULTADO</b>
Accesibilidad y conectividad	Contempla el ingreso , horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con discapacidad, además se hace referencia a las vías de acceso del sitio con énfasis en las cualidades que condicionan a la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica	<b>18</b>	<b>5</b>
Planta Turística y servicios	Registra equipamientos y disponibilidad de servicios del atractivo	<b>18</b>	<b>3</b>
Estado de conservación e integración del sitio / Entorno	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales en particular de las condiciones de su sitio y el entorno	<b>14</b>	<b>4</b>
Higiene y seguridad turística	Hace referencia a la disponibilidad de mecanismos para la recolección de basura , procedencia del agua , presencia de actos vandálicos , limpieza e iluminación del atractivo	<b>14</b>	<b>3</b>
Políticas y regulaciones	Consideración del atractivo dentro de la planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para actividades que realiza el atractivo	<b>10</b>	<b>2</b>
Actividades que se practican en el atractivo	Constatación de actividades que se practican en el atractivo	<b>9</b>	<b>2</b>

Difusión del atractivo	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias o reconocimientos. Relevancia o divulgación	7	3
Registro de visitantes y afluencias	Registro de tipo de visitantes, perfil del consumo, volumen intensidad de uso. Estimación demanda de demanda potencial	5	1
Recursos humanos	Hace referencia al nivel de instrucción académico personal que labora en el atractivo	5	2
Total		100	25

**Fuente:** Elaborado por los autores a partir de la ficha de evaluación y jerarquización del MINTUR (2018)

**Cuadro 4.33.** Evaluación Y jerarquización: Tejido tradicional del sombrero de paja toquilla

<b>RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA</b>			
<b>CRITERIO DE VALORACIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>RESULTADO</b>
Accesibilidad y conectividad	Contempla el ingreso , horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con discapacidad, además se hace referencia a las vías de acceso del sitio con énfasis en las cualidades que condicionan a la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica	18	5
Planta Turística y servicios	Registra equipamientos y disponibilidad de servicios del atractivo	18	2
Estado}} de conservación e integración del sitio / Entorno	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales en particular de las condiciones de su sitio y el entorno	14	7
Higiene y seguridad turística	Hace referencia a la disponibilidad de mecanismos para la recolección de basura , procedencia del agua , presencia de actos vandálicos , limpieza e iluminación del atractivo	14	4
Políticas y regulaciones	Consideración del atractivo dentro de la planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para actividades que realiza el atractivo	10	8
Actividades que se practican en el atractivo	Constatación de actividades que se practican en el atractivo	9	7
Difusión del atractivo	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias o reconocimientos. Relevancia o divulgación	7	7
Registro de visitantes y afluencias	Registro de tipo de visitantes, perfil del consumo, volumen intensidad de uso. Estimación demanda de demanda potencial	5	3

Recursos humanos	Hace referencia al nivel de instrucción académico personal que labora en el atractivo	5	2
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>48</b>

**Fuente:** Elaborado por los autores a partir de la ficha de evaluación y jerarquización del MINTUR (2018)

**Cuadro 4.34.** Evaluación Y jerarquización: Centro Histórico de Montecristi

<b>RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA</b>			
<b>CRITERIO DE VALORACIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>RESULTADO</b>
Accesibilidad y conectividad	Contempla el ingreso , horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con discapacidad, además se hace referencia a las vías de acceso del sitio con énfasis en las cualidades que condicionan a la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica	<b>18</b>	<b>13</b>
Planta Turística y servicios	Registra equipamientos y disponibilidad de servicios del atractivo	<b>18</b>	<b>7</b>
Estado de conservación e integración del sitio / Entorno	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales en particular de las condiciones de su sitio y el entorno	<b>14</b>	<b>8</b>
Higiene y seguridad turística	Hace referencia a la disponibilidad de mecanismos para la recolección de basura , procedencia del agua , presencia de actos vandálicos , limpieza e iluminación del atractivo	<b>14</b>	<b>7</b>
Políticas y regulaciones	Consideración del atractivo dentro de la planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para actividades que realiza el atractivo	<b>10</b>	<b>4</b>
Actividades que se practican en el atractivo	Constatación de actividades que se practican en el atractivo	<b>9</b>	<b>4</b>
Difusión del atractivo	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias o reconocimientos. Relevancia o divulgación	<b>7</b>	<b>5</b>
Registro de visitantes y afluencias	Registro de tipo de visitantes, perfil del consumo, volumen intensidad de uso. Estimación demanda de demanda potencial	<b>5</b>	<b>2</b>
Recursos humanos	Hace referencia al nivel de instrucción académico personal que labora en el atractivo	<b>5</b>	<b>1</b>
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>50</b>

**Fuente:** Elaborado por los autores a partir de la ficha de evaluación y jerarquización del MINTUR (2018)

**Cuadro 4.35.** Ponderación Jerarquización de atractivos evaluados

Nombre del Atractivo	Resultado de Ponderación	Jerarquía	Descripción de Jerarquía
<b>Centro Cívico ciudad Alfaro</b>	60	III	Artesanías con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos continuos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales y extranjeros
<b>Basílica Menor de la Virgen de Monserrat</b>	50	II	Atractivo con algún rasgo llamativo capaz de interesar al visitante que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales
<b>Artesanías de la Pila</b>	25	I	Atractivo sin mérito suficiente para ser considerado a nivel de las jerarquías anteriores pero que igualmente forman parte del inventario de atractivos turísticos como elementos que complementan a otros de mayor jerarquía.
<b>Tejido tradicional del sombrero de paja Toquilla</b>	48	II	Atractivo con algún rasgo llamativo capaz de interesar al visitante que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales
<b>Centro Histórico del Cantón Montecristi</b>	50	II	Atractivo con algún rasgo llamativo capaz de interesar al visitante que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales

Fuente: Elaborado por los autores a partir de la ficha de evaluación y jerarquización del MINTUR (2018)

### 4.2.3. EVALUACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS

Partiendo del inventario y la caracterización de los recursos y atractivos turísticos realizada en el cantón Montecristi de la provincia de Manabí, basado en la fase 1 y con los datos obtenidos en función de los elementos de la planta turística en referencia de la oferta y la demanda la presente actividad plantea una determinación de las potencialidades de los atractivos y recursos que posee el área de estudio con la finalidad de corroborar la pertinencia del desarrollo del turismo cultural.

Para desarrollar la presente evaluación aplicando las matrices de potencialidades fueron necesarios los análisis que obtuvieron de la indagación del levantamiento de información de la ficha de inventario y de jerarquía del MINTUR (2018) más el análisis de la situación turística del área de estudio planteada en la fase 1. A continuación, como uno de los ejes de la investigación y parte fundamental para

determinar las potencialidades turísticas del cantón Montecristi se muestra en la tabla el cuadro 4.36 la evaluación de los recursos turísticos culturales:

**Cuadro 4.36.** Evaluación de los recursos turísticos culturales

	<b>Atractivos</b>	<b>Diagnóstico</b>	<b>Calificación</b>
<b>RECURSOS TURÍSTICOS CULTURALES</b>	Edificios Monumentos Históricos	Fuerte deterioro en los edificios y monumentos históricos por descuido o abandono	2
	Patrimonio Ferroviario	Fuerte deterioro en el patrimonio ferroviario por descuido o abandono	0
	Edificios religiosos	Fuerte deterioro en el patrimonio por descuido o abandono	1
	Expresiones artísticas folklóricas	Pérdida progresiva de expresiones musicales, danzas típicas y gastronomía, así como artesanías	1
	Ferias y mercados tradicionales	Desaparición progresiva de la realización de ferias y mercados típicos	2
	Eventos folklóricos (Carnavales y fiestas anuales )	Realización de eventos tradicionales y especiales	2
	Eventos Históricos y/o (peregrinaciones)	Conservación de eventos históricos y/o religiosos autóctonos	2
	Explotaciones mineras	Limitadas posibilidades de adecuación de las explotaciones mineras para su aprovechamiento	0
	Plantaciones agropecuarias	Apertura y disposición de propietarios e instalaciones adecuadas para la visita de turistas	0
	Complejos industriales	Instalaciones inadecuadas para permitir o garantizar la visita de turistas	2
<b>CALIFICACIÓN PROMEDIO DE RECURSOS TURÍSTICOS CULTURALES</b>			<b>1.2</b>

Elaborado por: los autores

En relación a la puntuación se puede dilucidar que el área de analizada presenta un número mayor de recursos culturales para ofrecer al visitante. La metodología de estudio plantea la suma de los recursos turísticos naturales y culturales, pero debido a la orientación y objetivo de estudio solo se evalúan los ya expresados en cuadro 4.36., esto se deduce el promedio aritmético total de los recursos turísticos (RT) del cantón Montecristi:  $RT \in [0 \text{ a } 2]$ ; calificación promedio total de los recursos turísticos  $RT \in [0 \text{ a } 2] = 0 + 1,2=1,20$ .

## 1. EVALUACIÓN DE EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS TURÍSTICOS

La siguiente evaluación, se resume de forma general entre los servicios de alojamiento, alimentación y esparcimiento con los que actualmente cuenta el Cantón de Montecristi sin detallar específicamente cada uno de ellos entre turismo

de negocios, cultural, salud, náutico, aventura, rural, cinegético o sol y playa como lo establece la respectiva metodología a continuación se muestra en el cuadro 4.37 de evaluación de equipamiento y servicios turísticos:

**Cuadro 4.37.** Evaluación de equipamiento y servicios turísticos

	<b>Atractivo</b>	<b>Diagnóstico</b>	<b>Calificación</b>
<b>ALOJAMIENTO</b>	Hoteles/hosterías	Reducida disponibilidad de hoteles con servicios básicos y/o sin categorización	1,5
	Camping	Disponibilidad de zonas de acampe con servicios adecuados	1
	Cabañas y Búngalos	Reducido número de cabañas y búngalos en alquiler con servicios adecuados y disponibilidad permanente	0,5
	Casas y departamentos en alquiler	Reducido número de casas y departamentos en alquiler con servicios básicos	1
	Hospedaje en establecimiento rurales	Escasa o reducida disponibilidad de hospedaje en establecimientos rurales y/o carencia en sus servicios	1
<b>Calificación promedio de alojamiento</b>			<b>1.0</b>
<b>ALIMENTACIÓN</b>	Restaurantes	Reducido número de restaurantes con amplia variedad de alimentos y alta calidad de higiene	2
	Parrilladas	Reducida variedad de parrillas y/o falta de higiene	1
	Restaurantes de comidas típicas	Carencia de restaurantes de comida típica	2
	Envíos a domicilio	Amplia variedad de servicios con envíos a domicilio	1,5
<b>Calificación promedio de restauración</b>			<b>1.62</b>
<b>ESPARCIMIENTO</b>	Locales comerciales	Amplia disponibilidad y variedad de locales comerciales	2
	Clubes Deportivos	Clubes deportivos con variedad de actividades con estado regular de infraestructura e instalaciones	1
	Bares y discotecas	Establecimientos con servicios básicos y calidad baja	2
	Centros de Spa	Baja disponibilidad de centros de Spa	1
	Balnearios	Reducido número de balnearios y/o deficiencia en los servicios	1
	Espacios verdes	Amplia oferta de espacios verdes no contaminados	2
	Cines y teatros	Salas sin modernizar , falta de implementación de nuevas tendencias tecnológicas	1

	Eventos recreativos	Amplia y continua programación de eventos, torneos y actividades atractivas para turistas	2
	Ventas de artesanías	Depreciación y desvaloración de artesanías típicas	2
	Actividades terrestres (Cabalgata)	Insuficiente número y/o variedad de actividades terrestres	1
	Actividades acuáticas	Reducida y/o deficiente oferta de actividades acuáticas	0
	Actividades de observación ( Flora , fauna , geología, fósiles )	Reducida y/o deficiente oferta de actividades de observación de la naturaleza	1
	Senderismo	Deficientes servicios para la práctica de senderismo	1
	Talleres de educación ambiental	Deficientes talleres de educación ambiental	1
<b>Calificación promedio de esparcimiento</b>			<b>1.28</b>
<b>OTROS</b>	Guías especializadas	Reducido número y/o deficiencia en los servicios guías especializados	1
	Agencias de viajes	Reducido número de agencias de viajes	1
	Información turística	información ausente y turística con reducido personal idóneo	1
<b>Calificación promedio otros</b>			<b>1</b>

Elaborado por: Los autores

La calificación correspondiente a equipamiento y servicios turísticos se deduce de la media aritmética de los cuatro componentes que lo forman: alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios (Tabla 10):  $EST \in [0 \text{ a } 2]$ ; calificación promedio total del equipamiento y servicios turísticos  $EST \in [0 \text{ a } 2] = 1.0 + 1.62 + 1.28 + 1 = 1,22$

## 2. EVALUACIÓN DE INSTALACIONES Y SERVICIOS TURÍSTICOS

**Cuadro 4.38.** Evaluación de las instalaciones y servicios Turísticos

Atractivo	Diagnóstico	Calificación
Museos	Posee museos para satisfacer la demanda potencial	2
Centros culturales	Existen o poseen centros culturales	2
Biblioteca y hermética	Ausencia de bibliotecas y hemerotecas	1
Fabricas	Fabricas dedicas a la manufactura y van en aumento	2
Instalaciones para actividades deportivas ( gimnasio , canchas deportivas	Amplio número de instalaciones para actividades deportiva	1.5



Inmuebles para actividades de salud ( masajes , yoga, meditación )	Reducido número de inmuebles o carencia de especiales	1
Instalaciones para actividades de Aventura/ecoturismo( miradores circuitos turísticos)	Cuenta con miradores y circuitos con temas ambientales	1
Instalaciones para producción agropecuaria ( Invernaderos, granjas, corrales, granjas, colmenas)	Bajo índice de invernaderos y módulos de producción que se conserven en procesos tradicionales de cultivo	1
Instalaciones recreativas	Reducido número de instalaciones con niveles de calidad	1
Mercado Locales	Presencia de mercados locales y crecimiento del mercado de autoservicio	1.5
Talleres de artesanías	Rescate de los talleres de aprendizaje en la elaboración de artesanías	2
<b>Calificación promedio instalaciones y servicios turísticos</b>		<b>1.45</b>

Elaborado por: Los autores

En este sentido se referencia en el cuadro 4.38, las evaluaciones realizadas a cada uno de los tópicos que intervienen dentro de las instalaciones y servicios esto bajo el sustento de análisis bibliográfico y documental del cantón Montecristi en cuanto a su planta turística, servicios turísticos y complementarios es por ello que  $IST \in [0 \text{ a } 2]$  Calificación promedio total de las instalaciones y servicios turísticos  $IST=1.45$ .

### 3. EVALUACIÓN DE INFRAESTRUCTURA GENERAL Y TURÍSTICA

Cabe señalar que la presente sección de evaluación resulta más estricta y penaliza por la ausencia de cada concepto, se presenta a continuación en el cuadro 4.39:

**Cuadro 4.39.** Evaluación de Infraestructura general y servicios de transporte

	<b>Atractivo</b>	<b>Diagnóstico</b>	<b>Calificación</b>
<b>Infraestructura general y servicios transporte terrestre</b>	Vías carreteras	Existencia de carreteras de doble circulación con insuficiente cobertura y falta de mantenimiento	1
	Red de calles	Amplia cobertura y existencia de avenidas para tránsito intenso, así como vías rápidas	1
	Terminales de autobuses	Terminales con gran variedad de destinos y categorías de transporte, con atención adecuada, así como servicios de apoyo al viajero	0
	Señalización	Amplia disponibilidad de señalización informativa preventiva y restricta	1
	Servicios (transparente, abastecimiento de combustible , talleres ,	Transporte terrestre diverso y diferenciado por categorías de viaje y atención personalizada, así como existencia de auxilio vial permanente y servicios de	1

	mecanismos , cafeterías , sanitarios)	abastecimiento de combustible, reparaciones menores, alimentación de calidad, comercios y servicios sanitarios.	
		<b>Calificación promedio de transporte terrestre</b>	<b>0.8</b>
<b>Transporte aéreo</b>	Aeropuerto	Ausencia de aeropuertos	0
	Aeródromos	Aeródromos pequeños y/o precarias instalaciones	0
	Servicios	Servicios deficientes de reparación, comercio, alimentación y sanidad	1
		<b>Calificación promedio de transporte aéreo</b>	<b>0.33</b>
<b>Comunicaciones</b>	Infraestructura de comunicación (oficinas de correos, centrales telefónicas)	Oficinas y correos con amplia cobertura así como operatividad funcional y eficiente	1
	Servicios (distribución de cartas, telefonía, internet, transferencia electrónica de información)	Servicios de distribución y transferencia de información con amplio acceso a las redes internacionales	1.5
		<b>Calificación promedio de comunicaciones</b>	<b>1.25</b>
<b>Salud</b>	Hospitales y clínicas	Limitado número de hospitales públicos y clínicas privadas con atención médica de consultas y hospitalización	1
	Servicios (médicos, paramédicos, ambulatorios)	Servicios médicos básicos	1
		<b>Calificación promedios de salud</b>	<b>1</b>
<b>Servicios urbanos</b>	Servicio de agua	Servicios eficiente y amplia cobertura en las redes de distribución de agua	1
	Alcantarillado	Limitada red de drenaje y alcantarillado	1
	Recolección de basura	Eficiente servicio de recolección y disposición de basura y desechos sólidos	1
		<b>Calificación de servicios básicos</b>	<b>1</b>
<b>Energía</b>	Red eléctrica (suministro doméstico, alumbrado público)	Abastecimiento oportuno y confiable de energía eléctrica	2
	Abastecimiento de combustible (estación de servicio y/o gas)	Suficiente abastecimiento de estaciones de servicio y gas en la región	1
		<b>Calificación promedio de energía</b>	<b>1.5</b>
<b>Transporte terrestre</b>	Accesos especiales a destinos	Existencia de caminos rurales y carreteras de doble circulación en estado de deterioro, para el acceso a destinos turísticos	1
	Accesos y espacios a paradores turísticos	Falta de paradores turísticos	1
	Señalización turística	Insuficiente señalización	1
	Módulos de información turística	Disponibilidad de módulos de información en cantidad suficiente	1
		<b>Calificación promedio transporte terrestre</b>	<b>1</b>
<b>Transporte aéreo</b>	Servicios especiales	Falta de servicios especiales de transporte aéreo	0
		<b>Calificación promedio transporte aéreo</b>	<b>0</b>
<b>Transporte acuático</b>	Servicios especiales	Ausencia de servicios especiales de transporte acuático	0
		<b>Calificación promedio transporte acuático</b>	<b>0</b>

Para obtener el valor definitivo, se recuerdan las calificaciones de cada infraestructura, en base al cuadro 4.39 la infraestructura general y servicios =  $0,8 + 0,33 + 1,25 + 1 + 1,5 + 0 = 0,81$  Infraestructura turística y servicios Se detecta que prevalece en este sentido, la infraestructura general sobre la específica para la actividad turística. Finalmente, como promedio de ambas, tanto infraestructura general como específica a la actividad turística, la puntuación resulta de la siguiente manera:  $IT \in [0 \text{ a } 2]$ ; calificación promedio total de la infraestructura turística  $IT \in [0 \text{ a } 2] = 0,81 + 0,81 = 1,62$

#### 4. EVALUACIÓN DE MERCADO TURÍSTICO

Cabe aclarar que la sección de demanda ha sido evaluada de forma incompleta debido a la falta de datos y estadísticas en cuanto al gasto promedio que realizan los turistas en sus respectivas visitas. Por lo tanto, fueron calificadas aquellas secciones de las que se obtuvieron a través de encuestas a turistas, datos concretos y precisos sobre la estadía promedio y la afluencia turística actual, se refleja los indicadores a evaluar en el cuadro 4.40:

**Cuadro 4.40.** Evaluación del mercado Turístico

	<b>Atractivo</b>	<b>Diagnóstico</b>	<b>Calificación</b>
	Recreacioncitas	Reflejan gran movilidad	2
<b>Afluencia turística actual</b>	Turistas nacionales	De mayor movilidad en el territorio	2
	Turistas internacionales	Por cruceros o provenientes de ciudades aledañas	1.5
<b>Estadía promedio</b>	Turistas nacionales	Ya relacionado	1.7
	Turistas internacionales	Ya relacionado	1
	<b>Calificación promedio afluencia turística</b>		<b>1.64</b>
	Organismo promotor	GAD cantonal	1.5
<b>Publicidad y comercialización</b>	Publicidad Provincial	GAD Municipal	1.5
	Publicidad nacional	En planificación nacional	2
	Comercialización	En Planificación nacional	1
	<b>CALIFICACIÓN PROMEDIO PUBLICIDAD Y COMERCIALIZACIÓN</b>		<b>1.5</b>

Elaborado por: Los autores

Con respecto al mercado turístico del cantón es predominado mayoritariamente por el turista el nacional, proveniente de ciudades como Quito y Guayaquil y en menor proporción está constituido por el turismo internacional originarios de países como

Suiza, Italia y Francia. Es importante destacar que el cantón es más bien un destino de paso para los locales y para los internacionales generalmente es un mero recurso, por lo que las visitas son ocasionales y consecuentemente la estadía promedio se estructura entre una o dos noches.

Es importante destacar que dentro del mercado internacional figuran los turistas de cruceros que arriban a la ciudad aledaña de Manta, los cuales por sus características son visitantes de paso, en donde el destino Montecristi es considerado un atractivo y lugar de compra de artesanías esencialmente. Ciertamente, este tipo de turista constituye gran parte de la demanda internacional y es que anualmente acorde a Alcívar (2019) recibe aproximadamente 20 cruceros, generando dinamismo económico inmediato en Manta y zonas cercanas como el lugar de estudio. Y es que acorde al MINTUR “el 60 % de los turistas realizaron tours por los diferentes destinos de Manabí. Uno de ellos fue Montecristi donde conocieron el Centro Cívico Ciudad Alfaro y varios atractivos del cantón” así como también Cano y Muñoz (2020) mención que éstos se declinan por desplazarse hasta la zona para obtener especialmente el famoso sombrero de Paja Toquilla, así como conocer aspectos que le caracterizan.

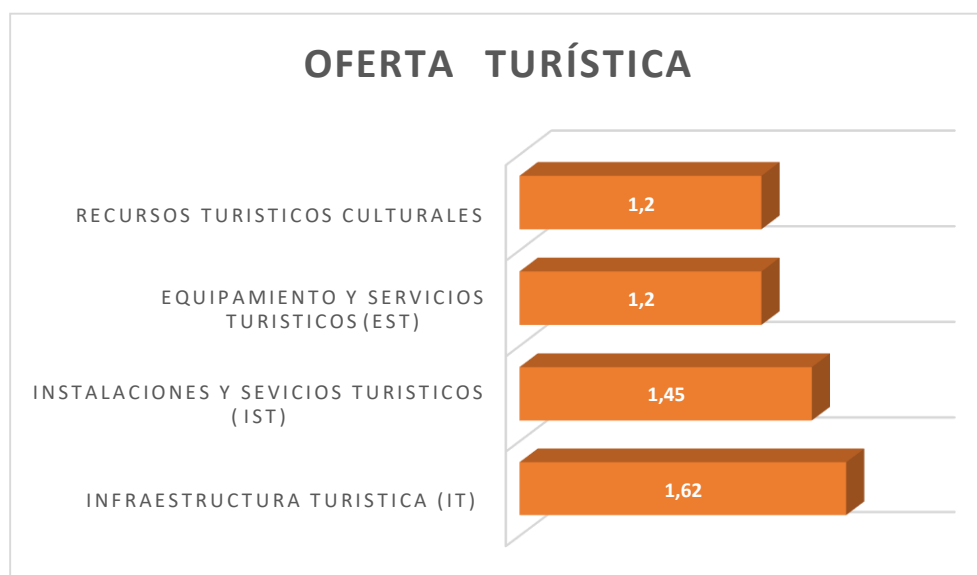
Y es que las autoras señalan el número de cruceristas que llegan al Puerto anualmente fluctúa entre los 25.000 y 30.000 turistas de paso con gasto promedio acorde a las estadísticas del MINTUR (2020) de alrededor 150 dólares, aporte que claramente se divide para el cantón Montecristi generando dinamismo socioeconómico local. Es por dicha razón, que este es un segmento potencial que se debe trabajar.

Debido a que no existen estadísticas turísticas generada por los gobiernos pertinentes no se tienen estimaciones del gasto promedio del visitante, sin embargo, el obtenido a través de las encuestas determinó que es de \$50 dólares estadounidenses. El poco flujo de turistas a la zona puede ser acondicionado por la falta de promoción del destino, en donde los GADs pertinentes no realizan una adecuada comercialización a pesar de que en la actualidad se encuentra trabajando la difusión del área a través de folletería, presentando las distintas opciones de

alojamiento, gastronomía, eventos, y ofertas turísticas, como también los distintos servicios de emergencia. En este sentido, la folletería entregada es completa, y se encuentra disponible en las respectivas oficinas de informes. A su vez, los distintos eventos programados son difundidos por las diversas redes sociales.

Finalmente, la puntuación referida a la demanda, conjugando la afluencia turística y la publicidad y comercialización, resulta del siguiente valor (cuadro 4.29):  $D \in [0 \text{ a } 2]$ ; calificación promedio total de la demanda por servicios turísticos  $D \in [0 \text{ a } 2] = 2 + 1.5 = 1.75$

En la siguiente figura 4.9 se resumen las calificaciones promedio de los componentes de la Oferta turística según los datos obtenidos en los en las tablas que anteceden a este apartado recordando los pesos de ponderación que los que han sido evaluado cada uno detallados en la metodología utilizada para esta evaluación, ahora si bien es cierto la referencia metodológica recomienda evaluar turísticos naturales y culturales para determinar el índice de potencialidad , en este sentido para direccionarlo al objetivo principal de la investigación solo se toma en cuenta el resultado obtenido de los recursos y atractivos culturales:



**Figura 4.9.** Resultados de potencialidades desde la perspectiva de los componentes de la oferta turística.  
**Elaborado por:** los autores

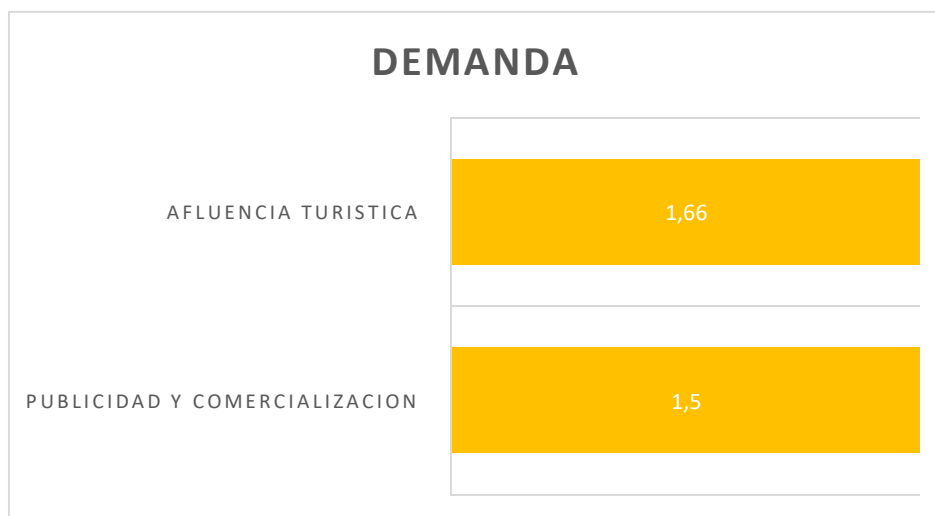
De manera seguida se realiza una ecuación que determina el índice final de potencial de oferta Turística direccionado al turismo cultural del cantón Montecristi tomando los promedios expuesto en cada componente y sus respectivos pesos de ponderación:

### CALIFICACIÓN DE LA OFERTA

$$O=0.4 RT+0.2 EST+0.2 IST+0.2 IT$$

$$O=0.4X 120 +0.2X1.20 +0.2X1.45+0.2 X 1.62 = 1.33$$

De igual manera en la figura 4.10, se detallan los resultados de las calificaciones asociados a la demanda turística:



**Figura 4.10.** Resultados desde la perspectiva de los componentes de la demanda turística

**Elaborado por:** los autores

Siguiendo la metodología aplicada se realiza el siguiente cálculo de la demanda tomando nuevamente los promedios obtenidos de cada componente:

$$D= 1.66+1.5=3.21/2=1.60$$

#### **4.2.4. ÍNDICE DE POTENCIAL TURÍSTICO CULTURAL EN EL MAPA DE POTENCIALIDADES**

Una vez expuestos los resultados obtenidos en el desarrollo de la investigación y de acuerdo con la metodología propuesta en función de la información recopilada en los cuestionarios anteriores estos permiten concluir que el cantón Montecristi posee una demanda potencial con un flujo de turista considerable pese a encontrarse entre dos ciudades crecientes en economía y población como lo son la ciudad de Manta y Portoviejo, cada una de las evaluaciones logró determinar que poseen una oferta considerable para satisfacer la demanda de los visitantes sin embargo no se ha aprovechado de manera integral los recursos y atractivos culturales que posee el cantón , para ello es importante la creación no solo de productos innovadores en el área cultural sino también alinearse a proyectos y programas que le permiten posesionarse como un destino cultural puesto que ya poseen una ventaja de turismo religioso sumado a esto el interés por las artesanías y la compra del sombrero de paja de toquilla .

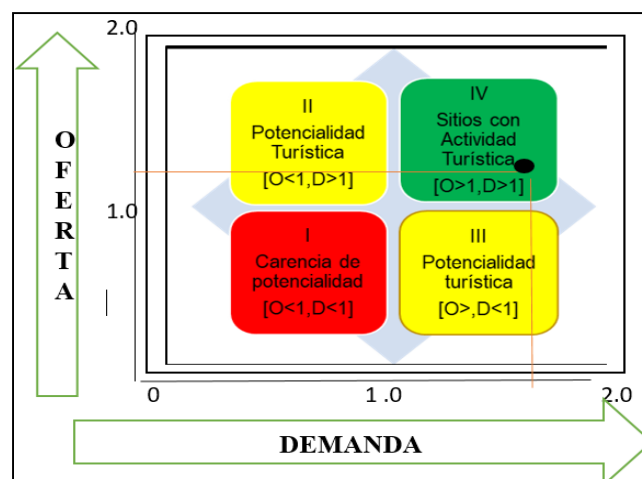
La investigación denota que posee un alto potencial turístico que ha venido satisfaciendo al cliente que se tiene pero el turismo vive épocas cambiantes en donde visitante se encuentra a perspectiva del conocimiento del acervo cultural y aquí donde los ejes de la sostenibilidad deben de primar , el trabajo articulado entre entes reguladores es decir tanto local , nacional e internacionales, los cuales constituyen el mejor eje de desarrollo de sus potencialidades turísticas fomentado el desarrollo del turismo cultural.

Finalmente, los resultados son claros, los sitios tienen un fuerte potencial, principalmente como consecuencia de los recursos culturales. Sin embargo, el lugar carece de un producto turístico que pueda comercializarse como un atractivo específico para los visitantes. Si bien existen algunos proveedores turísticos que ofrecen diferentes servicios, actualmente no existe ningún producto turístico desarrollado para comercializar a nivel local, regional y, por qué no, nacional. Previo a esto, si se pretende desarrollar y / o mejorar la oferta, es necesario fortalecer las

instalaciones y la infraestructura general y específica para crear un mayor valor turístico para la región y a través de estas acciones incrementar el interés de los turistas por visitarla, y permanecer.

Sin embargo, las mayores limitaciones están en la demanda, por lo que será necesario profundizar aún más en el estudio de los lugares y en el conocimiento de las preferencias y necesidades del turista, para un posible desarrollo de productos turísticos para adaptarlos a sus necesidades. Ante la ausencia de datos estadísticos, y la demanda completa, la continuidad determina que sea un requisito importante, ya que el alcance de este trabajo se ha convertido en un primer acercamiento al estudio de las localidades, como destino turístico, tanto en oferta como en demanda.

Para finalizar esta investigación se estable las coordenadas del índice de potencialidad turística con la integración de los recursos y atractivos culturales a lo que lo siguiente denota que la oferta se ubica con 1.33 y la demanda 1.60 recalcando que estos calificativos indican que si se posee los recursos turísticos culturales e inadecuada planta turística con carencia de productos turísticos culturales integrales e y que existe un mayor potencial de demanda por el perfil del turista nacional sobre el internacional debido a los sucesos pandemia 2020-2021, a continuación se detalle el análisis del índice de potencialidad turística cultural en la figura 4.11 :





**Figura 4.11.** Mapa de potencialidad Turística del cantón Montecristi  
**Elaborado por:** los autores

### **4.3. ELABORACIÓN DE ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL**

La tercera fase recoge la propuesta de la investigación que implicó la elaboración de estrategias haciendo uso del método analítico-sintético como el descriptivo apoyado en fichas. Lineamientos estratégicos de los cuales se desprenden programas así como acciones y medidas correspondientes que en su conjunto pretenden dar solución a la problemática y así fomentar al desarrollo del turismo cultural.

#### **4.3.1. CREACIÓN DE LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL**

La creación de las líneas estratégicas y su funcionalidad toma como referencia los resultados de la primer fase, especialmente de la problemática y la solución estratégica partiendo de la matriz FODA (ver cuadro 25) para poder establecer estrategias, las mismas que se constituirán como los medios y la declaración de la forma en que se darán respuestas y soluciones conformes según sus elementos caracterizantes, encaminadas para alcanzar el fin planteado de la investigación que gira en torno al fomento del turismo cultural en el cantón Montecristi una vez evaluadas sus potencialidades turísticas, propiciando posteriormente el establecimiento de cursos de acción claves.

De forma generalizada, puesto que las estrategias a seguir para el fomento del turismo cultural en la zona de estudio son de carácter ofensivo éstas deben estar orientadas a buscar obtener el máximo beneficio de la oportunidad que se presenta a través del uso de una fortaleza. En efecto, sólo a través del aprovechamiento de las mismas se podrá minimizar las debilidades y afrontar las amenazas, es por ello que el cantón debe potenciar su patrimonio natural, cultural e histórico de interés y la oportuna cercanía del Manta con su aereopuerto y puerto de desembarque, para

así determinar las vías pertinentes para generar acciones que debiliten las amenazas y fortalezcan las debilidades que están en función del desinterés del mercado por el destino y el desaprovechamiento del potencial del turismo cultural acondicionado por la deficiente planificación turística.

De forma generalizada se identificaron cinco ejes estratégicos sobre los cuales se fundamentaron y diseñaron las estrategias que están en base a consolidamiento del turismo cultural, el desarrollo de productos, al marketing turístico, al fortalecimiento de la gobernanza y la mejora de la calidad. Seguidamente se expone la matriz de estrategia en el cuadro 4.41 donde se plantean los lineamientos, se describen las acciones de forma generalizada y la relación existen con los elementos del FODA acorde al contexto del turismo local del cantón Montecristi:

**Cuadro 4.41.** Determinación de líneas estratégicas y su funcionalidad

<b>ESTRAGIAS</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>Relación FODA</b>
<b>E1</b> Impulso y consolidación del cantón como destino Turístico Cultural	Cualificación de los productos turísticos culturales mediante mejoras en infraestructuras y recursos turísticos, especialmente en áreas turísticas consolidadas	F3-O1
<b>E2.</b> Desarrollo y creación de productos turísticos culturales	Estructuración del Producto cultural artesanal como producto turístico, con el apoyo del sector empresarial y la administración	D1-O2
<b>E3.</b> Impulso a la promoción y comercialización de nuevos productos turísticos	Permanente actualización y modernización de los contenidos de la página Web de turismo	F3-A1
<b>E4.</b> Fortalecimiento de la gobernanza	Fomento y sensibilización a las administraciones públicas, privadas y locales para especialización de productos turísticos ofertados siguiendo directrices de desarrollo turístico cultural	A2-F4
<b>E5.</b> Mejora de la calidad de servicios	Apoyo técnico para la implantación y seguimiento de estándares de calidad en instalaciones propias de la administración que genere indicadores de eficacia y eficiencia	F5-D2-A2

Elaborado por :los autores

#### **4.3.2. DISEÑO DE UNA PROGRAMACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL FOMENTO DEL TURISMO CULTURAL**

Para finalizar esta investigación se procedió a diseñar líneas estratégicas que fomenten el desarrollo del turismo cultural, para ello se tomaron como fundamentos la fase 1 y la fase 2 del presente documento lo cual determinó las principales

directrices hacia donde se deben dirigir las actuaciones y medidas que se plantean en el cuadro 4.34, así mismo con la estrategias de acción de la matriz FODA, sumado a ello bajo el sustento bibliográfico y documental se tomaron adaptaciones de modelos a seguir del plan directivo de turismo de Murcia (PDT, 2012) como lineamientos aplicables al presente trabajo investigativo consecuente a esto se desarrollaron 5 estrategias integradoras las presentan los siguientes objetivos:

### **1. OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA 1**

Consolidar y calificar los destinos y productos turísticos desarrollados en el cantón de Montecristi. El propósito es mejorar estas áreas turísticas dotándolas de elementos que estructuran su adecuado desarrollo para satisfacer las expectativas de los visitantes. El objetivo de este programa es la elaboración de planes directores de infraestructuras y equipamientos turísticos para los consorcios turísticos creados entre la administración autonómica y local, así como el desarrollo de sus principales actuaciones

### **2. OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA 2**

El crecimiento cuantitativo de los tours que tienen un motivo para disfrutar de la cultura, hace inevitable considerar el uso turístico de estas áreas. Por ello, es necesario valorar los recursos asociados a los espacios culturales, con patrones de utilización y modelos de implementación que no sean agresivos con el entorno natural y cultural en el que se desarrolla. Establecer una mayor sensibilidad al medio ambiente, defender el uso adecuado e inocuo de estos recursos, su conservación de la diversidad biológica y evitar su degradación

### **3. OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA 3**

Mantener canales de información turística externos (oficinas de información turística y sitios web) dirigidos a turistas actuales o potenciales, así como internos con los agentes involucrados en la gestión de la información a nivel municipal y provincial. Garantía de coordinación con una política nacional común de información turística

que transmita una imagen común y responda a la necesidad turística, así como la priorización de las actividades de promoción turística a través de la participación, cooperación y coordinación de iniciativas de todos los agentes públicos y privados involucrados en el sector turístico del Cantón Montecristi. Asegurar el éxito y la eficiencia en el desempeño de las acciones realizadas y su impacto en el sector turístico con el incremento en la llegada de turistas al área de estudio.

#### **4. OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA 4**

Formular mecanismos que promuevan la actividad empresarial en el turismo y que contribuyan al desarrollo de planes de acción, así como cooperar con las unidades sociales involucradas en el desarrollo turístico de la provincia para acordar líneas de acción que involucren la participación integral de todos los agentes involucrados, estableciendo así una guía informativa, Se debe promover el asesoramiento, orientación e información sobre inversiones en el establecimiento de empresas turísticas de acuerdo con la estrategia de desarrollo turístico del Cantón Montecristi, que favorece al consorcio turístico y su estructura, además promueve una mejor racionalización de las acciones de todos los organismos territoriales involucrados en el turismo. De esta forma, el esfuerzo se articula entre municipios con objetivos comunes o similares para la creación o comercialización de productos turísticos. Ser capaz de superar las limitaciones consolidando destinos turísticos.

#### **5. OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA 5**

Renovar la competitividad a través de la calidad es un elemento importante para el desarrollo del turismo en el cantón de Montecristi. Ante esta perspectiva, es importante mejorar la infraestructura y los servicios públicos que afectan directa o indirectamente al turista en la adecuada prestación de servicios. La apuesta por la calidad permite, entre otras cosas, la modernización de los negocios y la implementación de nuevas tecnologías, lo que aumenta la competitividad y calificación de las entidades públicas. Fomentar la movilización de las organizaciones turísticas de estándares de calidad reconocidos en el mercado para lograr una posición más competitiva. Para ello, es necesario modernizar las

instituciones turísticas con parámetros de gestión de la calidad, con el fin último de lograr la máxima satisfacción del cliente y promover la expansión de la infraestructura turística competitiva en el mercado.

Con todo ello, el objetivo es mejorar la gestión y competitividad de las empresas turísticas fomentando el uso en el sector turístico de herramientas de mejora continua como los sistemas de autoevaluación, seguimiento de quejas y requisitos, cuestionarios de satisfacción, etc. que llegarían a la auditoría y con ella las certificaciones.

Finalmente, para el fomento del desarrollo del turismo cultural en el cantón Montecristi a continuación en el cuadro 4.42 se presenta la programación estratégica a través de una ficha afín que fue diseñada en función de las estrategias, resultando un total de 12 programas y 31 proyectos, en los cuales se indican el costo de cada uno de ellos, así como los responsables pertinentes para su ejecución:

**Cuadro 4.42.** Programación estratégica para el fomento del desarrollo del turismo cultural en Montecristi

ESTRATEGIAS	PROGRAMAS	ACCIONES Y MEDIDAS	COSTO	RESPONSABLE
<b>E1 Impulso y consolidación del cantón como destino Turístico Cultural</b>	Dinamización de productos turísticos	Cualificación de los productos turísticos culturales mediante mejoras en infraestructuras y recursos turísticos, especialmente en áreas turísticas consolidadas.	10 000.00	GAD Montecristi
		Implementación de señalización indicativa e interpretativa de los recursos y destinos.	5 000.00	GAD Montecristi
		Impulsar nuevos planes de dinamización de productos turísticos	2 000.00	GAD Montecristi
	Infraestructura y facilidades turísticas	Apoyo a la mejora de las infraestructuras y equipamientos de los destinos turísticos (centros de Interpretación, señalización, puesta en valor de recursos, etc.).	50 000.00	GAD Montecristi, GP Manabí, MINTUR
	Turismo accesible a nuevas tendencias del mercado	Elaboración de planes directores de infraestructuras y equipamientos turísticos accesible	10 000.00	GAD Montecristi
Realización del plan de turismo cultural accesible		2 000.00	GAD Montecristi	
<b>E2. Desarrollo y creación de productos turísticos culturales</b>	Creación de proyectos turísticos culturales	Apoyo para la cualificación y profesionalización de PYMES en turismo activo-cultural.	15 000.00	GAD Montecristi y MINTUR
		Promover la creación de emprendimientos turísticos, rutas y productos orientados hacia el turismo cultural	500.00	GAD Montecristi, GP Manabí, MINTUR
	Creación de nuevos productos turísticos culturales	Estructuración del producto cultural artesanal como producto estrella, con el apoyo del sector empresarial y la administración	1 000.00	GAD Montecristi, GP Manabí, Empresas y comunidad local
		Establecer una política común en el tema de los senderos: mantenimiento, señalización, producto diferenciado.	500.00	GAD Montecristi
		Acondicionamientos de las rutas, para la realización de diversas actividades, con la intención de que la experiencia turística se base en el disfrute de la CULTURA.	5 000.00	GAD Montecristi, GP Manabí, MINTUR
		Instalación de servaqicios y equipamientos complementarios: restauración, alojamiento, alquiler de bicicletas y caballos, ecomuseos, etc.	20 000.00	GAD Montecristi, GP Manabí, MINTUR
		Establecer Itinerarios de visitas a recursos y atractivos con fundamento de uso sostenible	500.00	Gestores turísticos
Información	Línea de soporte de información turística regional por productos turísticos.	1 000.00	GAD Montecristi	

<b>E3. Impulso a la promoción y comercialización de nuevos productos turísticos</b>		Potenciar el sistema RITMO como instrumento de información actualizada.	1 000.00	GAD Montecristi	
		Consolidación de la red de Oficinas de Turismo	800.00	GAD Montecristi	
	Promoción		Permanente actualización y modernización de los contenidos de la página Web de turismo.	1 000.00	GAD Montecristi
			Diseñar un App de turismo cultural para Montecristi	5 000.00	GAD Montecristi
			Promocionar el destino a través de redes sociales	500.00	GAD Montecristi
			Promoción y comercialización de los festivales y eventos culturales	1 000.00	GAD Montecristi
			Promoción de los establecimientos y destinos certificados con sistemas de calidad.	1 000.00	GAD Montecristi y emprendimientos
	Marketing	Plan de Marketing Turístico adaptado para mercados emisores nacionales e internacionales para el turismo cultural	5 000.00	GAD Montecristi	
	<b>E 4. Fomento de la gobernanza turística</b>	Articulación con el sector empresarial y la sociedad	Impulso a la cooperación interdepartamental en materia de turismo.	500.00	Sector público
			Impulsar acciones conjuntas entre comunidades y GADs, para facilitar el turismo.	500.00	Sector público, privado y local
Concertación local y creación de consorcios turísticos		Fomento y sensibilización a las administraciones locales para la especialización de productos turísticos ofertados siguiendo directrices de desarrollo turístico cultural	1 500.00	MINTUR, GP Manabí, GAD Montecristi, comunidad local	
		Apoyo a la ampliación del uso de nuevas tecnologías.	800.00	GAD Montecristi	
		Apoyo a la mejora de los servicios públicos de agua, electricidad y gas	20 000.00	GAD Montecristi, GP Manabí, MOTP	
		Certificación de las Oficinas de turismo (ICTE, UNE, ISO, etc.).	10 000.00	MINTUR, GAD Montecristi	
<b>E5. Mejora de la calidad de servicios</b>	Calidad en servicios del sector público	Creación de indicadores que ayuden a establecer líneas de mejora en equipamientos e infraestructuras en espacios considerados como turísticos.	1 500.00	MINTUR, GP Manabí, GAD Montecristi	
	Calidad en los servicios del sector privado	Generar una normativa de calidad para establecimientos y GADs	500.00	GP Manabí, GAD Montecristi,	
			Apoyo técnico para la implantación y seguimiento de estándares de calidad en instalaciones propias de la administración que genere indicadores de eficacia y eficiencia.	2 000.00	MINTUR, GP Manabí, GAD Montecristi
			Apoyo a la renovación tecnológica y equipamientos de los establecimientos		turísticos para el desarrollo de planes de

mejora

1 000.00

MINTUR, GP Manabí, GAD  
Montecristi

---



## **CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

El presente capítulo plantea el análisis final en referencia a los resultados obtenidos en la presente investigación, cada conclusión y recomendación que se emitirá a continuación ha sido elaborada con la finalidad de crear una perspectiva que permita identificar la opinión técnica de los autores en el tema denominado “Evaluación de las potencialidades turísticas que fomenten el desarrollo del turismo cultural en el cantón Montecristi”:

### **5. 1. CONCLUSIONES**

En función de los aspectos teóricos, metodológicos y prácticos que requirió la investigación se concluye que:

- Se diagnosticó que Montecristi presenta todas las condiciones climáticas y generales para el desarrollo del turismo. Desde la perspectiva socioeconómica el sector en la zona no representa una de las actividades principales, por lo que población económicamente activa tiene bajo niveles de participación del 0.12%, puesto que el cantón está arraigado a las actividades primarias (7.64) y manufactureras de comercio (7.49%), a pesar de ser un destino con gran potencial, en especial para la modalidad cultural. Determinándose que el escaso progreso del turismo se ve limitado por las deficiencias que se evidencian en la planta turística, especialmente en los subsectores de alojamiento y restauración con un total de 14 y 11 establecimientos respectivamente, así como la nula participación de empresas de intermediación y transporte turístico. A pesar de ello, es un destino que recibe flujos principalmente de la ciudad de Quito (29%) y de países como Suiza (7%) e Italia (7%) que hacen turismo en pareja interesados en conocer Ciudad Alfaro en un 39% y otros recursos ligados con la cultura.

- La evaluación de las potencialidades a través de la metodología de la SECTUR corroboró que el cantón Montecristi es una zona con potencial para el desarrollo del turismo cultural, que desde la perspectiva de los atractivos estableció que los recursos turísticos culturales poseen mayor índice de potencialidad que los recursos naturales con una diferencia de ponderación de 40 milésimas, reafirmando la importancia del presente estudio. Desde el punto de vista de la oferta, la evaluación dio como resultado una ponderación de 1.33 puntos y, por otro lado, la evaluación de la demanda resultó ser de 1.66 puntos comprobándose que la zona no posee una infraestructura, la planta turística ni servicios básicos para el desarrollo del turismo cultural, sin embargo, no es suficiente ni adecuada; al igual que posee un alto índice con respecto demanda real y potencial. No obstante, a pesar de su potencial cultural no se ha aprovechado de manera integral sus recursos, facilidades, capacidades y susceptibilidad para generar el fomento del desarrollo del turismo orientado a la modalidad cultural.
- El FODA determinó que los lineamientos estratégicos que se deben adoptar son de carácter ofensivo y deben estar orientados hacia aprovechar al máximo tanto las fortalezas que son los recursos naturales como culturales y la definición como patrimonio cultural e histórico del Ecuador al igual que aprovechar la cercanía al aeropuerto internacional Eloy Alfaro de Manta para así superar y contrarrestar las debilidades y amenazas. De modo que, las estrategias trazadas están en función del impulso y consolidación del turismo cultural en la zona, el desarrollo y creación de productos, el impulso a la promoción y comercialización, fortalecimiento de la gobernanza y la mejora de la calidad de los servicios de donde se esbozaron un total de 12 programas con sus respectivos proyectos que resultaron 31.

## 5.2. RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones emitidas con anterioridad a continuación se recomienda lo siguiente:

- Se recomienda al GAD de Montecristi realizar continuamente el pertinente diagnóstico turístico situacional en la zona de estudio, de modo que se obtenga de dicho estudio una línea base de información que referencie la situación actual del turismo desde el punto de vista socioeconómico y ambiental así como puntualmente de la oferta y la demanda para la determinación de los factores internos y externos que lo caracterizan, de modo que ello permita la toma de decisiones adecuadas para la solución de los problemas, el aprovechamiento del potencial turístico local y el desarrollo integral del mismo.
- Se insta tanto al GAD del cantón Montecristi en conjunto con los actores claves y la academia evaluar permanentemente las potencialidades turísticas del área para que ello sea un factor determinante en el desarrollo del turismo no sólo cultural sino general que sea base para el planteamiento de estrategias que permita la creación de productos que satisfagan las necesidades un perfil de visitante más consciente de la protección del patrimonio tanto natural como cultural, por ello esto debe de ir de la mano a través de la creación de normas y planes de acción que protejan a estos recursos de los impactos que genera la actividad turística; de trabajar cada potencialidad turística de manera integral, es decir que sus facilidades, infraestructura, oferta de productos, servicios y componentes asociados al turismo estén en óptimas condiciones ligado a una superestructura acorde al desarrollo sostenible.
- Se sugiere al GAD Montecristi liderar el diseño de estrategias de fomento de desarrollo del turismo cultural en base al diagnóstico, así como en las potencialidades, de modo que de ello resulte una programación estratégica que contribuya a alcanzar el acometido. Por último, se recomienda a todos

los actores involucrados en el turismo cultural, liderado por el GAD Montecristi, adoptar la propuesta de estrategias diseñadas en el presente trabajo de investigación, así como también los planes y proyectos trazados con la finalidad de aportar al desarrollo de dicha modalidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aldana, V. (2018). Evaluación de potencialidad turística y percepción del residente en la Comarca del Colorado (Río Negro - La Adela, La Pampa). [Tesina, Universidad Nacional del Sur]. Repositorio Digital. <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/4122/1/TESINA%20VENDRAMINI%20ALDANA.pdf>
- Alcívar (19 de Mayo de 2019). La industria de cruceros en Manta, Ecuador. [Mensaje en un blog]. <https://www.entornoturistico.com/la-industria-de-cruceros-en-manta-ecuador/>
- ANEC (Asociación Navarra de Empresas de Consultoría). (12 de septiembre de 2017). Claves para elaborar un buen plan estratégico paso a paso. [Mensaje en un blog]. <https://anec.es/claves-para-elaborar-un-buen-plan-estrategico/>
- Baños, Z y Matute, M. (2011). Potencialidades e insuficiencias en el desarrollo del turismo patrimonial cultural en Santiago de Cuba. *Arquitectura y Urbanismo*, 33(1), 33(1), 64-76. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-58982012000100005](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-58982012000100005)
- Barreiro, K. (2018). Modelo y estrategias para el desarrollo turístico post terremoto en Manabí. [Trabajo de titulación, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí MFL]. Repositorio Digital. <http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/937/1/TTT5.pdf>
- Barretto, M. (2018). La delicada tarea de planificar turismo cultural : Un estudio de caso de la "Germanidad" de la ciudad de la ciudad de Blumanau-SC. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1, 51-63. <http://www.pasosonline.org/Publicados/1103/PS050103.pdf>
- Cabrera, K., Hidalgo, S., Muñoz, C., Narvaez, J., Palacios, F y Salvador, G. (2017). Plan Nacional del Buen Vivir . <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>
- Caldevilla, D., García, E y Barrientos, A. (2019). La importancia del turismo cultural como medio de dignificación del turista y de la industria. *Mediciones Sociales*, 18, 59-69. <https://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/65117/4564456551921>
- Cano, Y y Muñoz, K. (2020). Estudio de mercado emisor en el consumo de turismo de crucero. [Trabajo de titulación, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí MFL]. Repositorio Digital. <http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1026/1/TTT13.pdf>

- Conti, A y Santiago, C. (2015). Patrimonio, comunidad local y turismo: La necesidad de planificación para el desarrollo sostenible. *Notas en Turismo y Economía*, 2(1), 8-31.  
[http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/15769/Documento\\_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/15769/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Coronel, F. (2020). Entorno Turístico.  
<https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.3.pdf>
- Cumbicus, H y Ferrín, L. (2018). Creación de un circuito de las iglesias de los cantones de la zona centro-sur de Manabí. [Trabajo de titulación, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí MFL]. Repositorio Digital.  
<http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/105/1/Henry%20Cumbicus%20-%20Luis%20Ferrin.pdf>
- Delgado, C., Lorently, P y Osorio, V. (2021). Diseño de un plan de marketing para el desarrollo turístico del cantón Montecristi.  
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/19011/1/Dise%C3%B1o%20de%20plan%20de%20marketing%20para%20el%20desarrollo%20tur%C3%ADstico%20del%20cant%C3%B3n%20Montecristi.pdf>
- Deliro, G. (2015). El turismo en la cultura. Desarrollo de la actividad turística ligada a la cultura. <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural>
- Deliro, G. (2015). El turismo en la cultura.  
<http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>
- Escobar, A., Beltrán, M y Bonza, E. (2015) El potencial de los activos culturales asociados con la actividad turística como factor de desarrollo local en el barrio Getsemaní. *Turismo y Sociedad*, 21, 104-143.  
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/5762/576263127006/html/index.html>
- Font, M., Mero, L y Días, N. (2019). Características del segmento de mercado norteamericano que visita Manabí-Ecuador. *Revista electrónica Explorador Digital*, 3(2), 36-38.  
<https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/exploradordigital/article/view/418>
- Gambarrota, D y Lorda, M. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346-359.  
<https://www.redalyc.org/pdf/3477/347753793006.pdf>
- Gambarrota, D., & Lorda, M. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346-357.  
<https://www.redalyc.org/pdf/3477/347753793006.pdf>

- Garrido, A. (17 y 18 de mayo de 2017). Historia del turismo: Una investigación. En Jiménez, Fuentes y Sanz (Cordinación). Turismo y Sostenibilidad. Simposio llevado a cabo en la V Jornadas de investigación en Turismo, Sevilla, España. <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/53098/moreno-garrido.pdf?sequence=1>
- Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Montecristi. (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Montecristi. <http://www.gadmontecristi.gob.ec/>
- Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Montecristi. (2020). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Montecristi. <http://www.gadmontecristi.gob.ec/>
- Gunn, G. ( 30 de Septiembre de 2019). ¿Qué son los recursos turísticos y cómo se clasifican?. [Mensaje en un blog]. <https://www.entornoturistico.com/los-recursos-turisticos-se-clasifican/>
- Hidalgo, C. (2017). Planificación de desarrollo turístico. <https://www.udima.es/es/planificacion-desarrollo-turistico.html>
- INP (Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura). (2015). Instituto nacional de patrimonio y cultura. <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/>
- Jijón, J y Rivera, A. (2020). Arqueo-turismo en Manabí: activación turística del legado ancestral para el desarrollo local en la provincia de Manabí, Ecuador. REHPA Revista de Historia, Patrimonio, Arqueología y Antropología Americana, (3), 75-90. <http://rehpa.net/ojs/index.php/rehpa/article/view/36/71>
- Loor, L., Alonso, A y Pérez, M. (2018). La actividad turística en el Ecuador: ¿Turismo consciente o turismo tradicional?. Revista ECA Sinergia, 9(1), 97-108. [http://dx.doi.org/10.33936/eca\\_sinergia.v9i1.1195](http://dx.doi.org/10.33936/eca_sinergia.v9i1.1195)
- López, R. (8 de marzo de 2016). Evolución y tendencias del turismo cultural [Mensaje en un blog]. <https://www.aprendedeturismo.org/evolucion-y-tendencias-del-turismo-cultural/>
- Lopez, T., Prada, J., Jesús, P y Pesantez, S. (2017). El patrimonio inmaterial de la humanidad como herramienta de promoción de un destino Turístico. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(3), 567-569. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180752116004>
- Mijéyeva, N. (25-28 de Junio de 2015). La aculturación. 30(12), 12-13. Variedades del español y su enseñanza. Simposio en el V Congreso internacional: ¿Qué español enseñar y cómo?, Cuenca, España.
- Ministerio de Cultura del Ecuador. (2015). Ministerio de Patrimonio y Cultura del Ecuador . <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/el-ministerio/>

- MINTUR (Ministerio de Turismo del Ecuador). (2018). Producto turístico “Ecuador tierra del chocolate”, amplía su oferta. <https://www.turismo.gob.ec/producto-turistico-ecuador-tierra-del-chocolate-amplia-su-oferta/>
- MINTUR (Ministerio de Turismo del Ecuador). (2019). Promedio de llegada de visitantes extranjeros a Ecuador creció 4% en 2019. <https://www.turismo.gob.ec/promedio-de-llegada-de-visitantes-extranjeros-a-ecuador-crecio-4-en-2019/>
- MINTUR (Ministerio de Turismo del Ecuador). (2020). Dos cruceros llegan a Manta en febrero. <https://www.turismo.gob.ec/dos-cruceros-llegan-a-manta-en-febrero/>
- MINTUR (Ministerio de Turismo del Ecuador). (2021). Crucero Marina llegó al puerto de Manta. <https://www.turismo.gob.ec/crucero-marina-llego-al-puerto-de-manta/>
- Morere, N. (2017). Haciendo camino en el Turismo Cultural. *Revista De Ciencias Sociales*, 5(1), 4-8. <http://www.redalyc.org/pdf/4415/441550663001.pdf>
- Morere, N. (2017). Haciendo camino en el Turismo Cultural. Turismo cultural y sus definiciones. *Revista de Ciencias Sociales*, 5(1), 4-8. <http://www.redalyc.org/pdf/4415/441550663001.pdf>
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, (35), 334-357. <http://www.redalyc.org/pdf/4415/441550663001.pdf>
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, (35), 335-357. <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>
- OMT (Organización Mundial del Turismo). (2017). El turismo en el siglo XXI. <https://media.unwto.org/es/press-release/2017-12-05/la-omt-y-la-unesco-turismo-y-cultura-para-impulsar-los-ods>
- OMT (Organización Mundial del Turismo). (2017). <https://media.unwto.org/es/press-release/2017-12-05/la-omt-y-la-unesco-turismo-y-cultura-para-impulsar-los-ods>
- Orgaz, F. (2013). El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 38(2), 79-91. <http://revistas.ucm.es/index.php/NOMA/article/view/42908/40738>
- Paredes, S. (2020). El potencial del patrimonio cultural como aporte al desarrollo turístico de la parroquia Montecristi, cantón Montecristi, provincia de Manabí. [Trabajo de titulación, Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE].



Repositorio Institucional de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.  
<http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/22586/1/T-ESPE-040956.pdf>

Perona, E y Molina, E. (20116). Evolución y etapas del desarrollo turístico en la provincia de Córdoba, Argentina: ¿Cuán lejos está el ideal del turismo sustentable?. *Cuadernos de Turismo* 37, 323-349.  
<http://www.redalyc.org/pdf/398/39845353014.pdf>

Quintero, L. (2016). Soteninilidad sociocultural del turismo : Propuestas para el cantón Playas , Provincia de Guayas , Ecuador. *Revista Espiga*, 15(31), 31.  
<https://www.redalyc.org/pdf/4678/467846264003.pdf>

Reyes, M. (2015) Evaluación de territorios para desarrollar el turismo comunitario en la región amazónica del Ecuador. *Turismo y Sociedad*, 17, 39-62.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576261187007>

Reyna, M y Silva, I. (2016). Ruta artesanal para promover el turismo cultural en el cantón Montecristi, provincia de Manabí. [Proyecto materia integradora, Escuela Superior Politécnica del Litoral]. Repositorio Dspace.  
<http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/38581/D-101122.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>

Salas, R. (2015). El turismo. [Mensaje en un blog].  
<http://ficus.pntic.mec.es/ibus0001/servicios/turismo.html>

Sandoval, L. (2017). Patrimonio Cultural y el Turismo en el Ecuador. Safiqui - Revista Científica En Ciencias Sociales, 8(9), 1-24.  
<http://revistas.ute.edu.ec/index.php/tsafiqui/article/view/349>

Santiago, N., Romero, A y Álvarez, G. (2017). Actividad y proyecciones de desarrollo del turismo internacional en Ecuador. *UNIANDES EPISTEME: Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 4(3), 276-287.  
<http://45.238.216.13/ojs/index.php/EPISTEME/article/viewFile/721/294>

SECTUR (Secretaría de Turismo de México). (2017). Diferencia entre Recurso y Atractivo turístico.  
<https://turismoenperusite.wordpress.com/2017/03/29/diferencia-entre-recurso-atractivo-y-producto-turistico/>

Sernatur (Servicio Nacional de Turismo). (2015). Manual de Capacitación Turística.  
<https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/09/Manual-capacitacion-original.pdf>

Soria, E. (2014). Estudio de las potencialidades turísticas con enfoque sostenible. Un caso aplicado. *Anuarios Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, (6), 15-38.

[https://www.researchgate.net/publication/314205642\\_Estudio\\_de\\_las\\_potencialidades\\_turisticas\\_con\\_enfoque\\_sostenible\\_Un\\_caso\\_aplicado](https://www.researchgate.net/publication/314205642_Estudio_de_las_potencialidades_turisticas_con_enfoque_sostenible_Un_caso_aplicado)

Troitiño, T. (2014). La dimensión turística del patrimonio cultural de la ciudad de Lorca (Murcia, España). *Cuadernos de Turismo*, (36), 389-414. <http://revistas.um.es/turismo/article/view/231061>

UNESCO (Organización de la Naciones Unidas para la Ciencia y la Educación) (s.f.). Políticas culturales: estudios y documentos, 1971-1980. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373368>

UNESCO y OMT. (2019). Conferencia OMT/UNESCO: El turismo cultural mantiene las comunidades y el patrimonio vivo. <https://www.unwto.org/es/press-release/2018-12-05/conferencia-omtunesco-el-turismo-cultural-mantiene-las-comunidades-y-el-pat>

Velasco, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(3), 577-594. [http://www.pasosonline.org/Publicados/14316/PS316\\_02.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/14316/PS316_02.pdf)

Vera, I. (2018). Realidades del turismo local. <http://www.munayi.uleam.edu.ec/wp-content/uploads/2018/10/realidades-del-turismo-local-.pdf>

Villar, A y Fernández, A. (2017). Reconstruir la historia del turismo a través de la prensa: la evolución del espacio turístico. *Cuadernos Geográficos*, 56(1), 290-321. <http://www.redalyc.org/pdf/171/17150675013.pdf>

Yáñez, C. (2018). *Praxis de la Gestión Cultural*. Editorial Universidad Nacional de Colombia. Bogotá. <http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/705/Praxis%20de%20la%20gestio%CC%81n%20cultural.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Zambrano, A. (2019). Evaluación de las potencialidades de la ciudad de Manta para su definición como destino turístico. [Trabajo de titulación, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí]. Repositorio Digital. <http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1023/1/TTT10.pdf>

## **ANEXOS**

## ANEXO 1. MODELO DE ENTREVISTA PARA LOS GADS MUNICIPALES DE MANABÍ



### ENTREVISTA



### ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ “MANUEL FÉLIX LÓPEZ”

#### CARRERA DE TURISMO

<b>DIRIGIDA A</b>	Director de la dirección de Turismo del GAD Montecristi Directora de la dirección de Cultura del GAD Montecristi
<b>OBJETIVO</b>	Caracterizar aspectos del sector turístico del cantón Montecristi vinculado a la modalidad cultural
<b>INTRUCCIONES</b>	Se necesita de su colaboración respondiendo las siguientes preguntas profesional y éticamente.

1. ¿Cómo caracteriza el sector turístico del cantón Montecristi?
2. ¿Cuál considera que es la modalidad con mayor nivel de potencialidad turística en la zona?
3. ¿Cómo área de turismo municipal ¿planifican el desarrollo de la actividad mediante el PDOT del cantón o mediante planes de desarrollo exclusivos para la actividad?
4. ¿Poseen datos estadísticos acerca de los flujos de visita que recibe el cantón?
5. ¿Cómo ha sido el desarrollo del turismo cultural en Montecristi? ¿Qué atractivos tienen mayor reconocimiento?
6. ¿Cuál considera que son las fortalezas del territorio en materia de turismo vinculado a la modalidad cultural?
7. ¿Cuál o cuáles considera que son las debilidades que no permiten que el cantón crezca como destino cultural?
8. ¿Qué amenazas impiden el desarrollo del turismo cultural?
9. ¿Qué oportunidades se presentan en el territorio que se puedan aprovechar favorablemente en el desarrollo de la actividad?
10. ¿Qué caracteriza tradicionalmente el proceso de planificación turística del territorio?

## ANEXO 2. ENCUESTA AL PERFIL DE VISITANTE



Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López  
Carrera de Turismo



La siguiente encuesta forma parte de los instrumentos de recopilación de información para el trabajo de investigación denominado "Evaluación de las potencialidades turísticas del cantón Montecristi"

**Justificación:** Determinar de demanda turística del cantón Montecristi

**Responsables:** Augusto Moreira y Leonardo Zambrano

Lugar de realización de la encuesta:

Fecha:

**1- Lugar de procedencia (En el caso de ser Visitante extranjero indique el país)**

Nacional

Visitante extranjero

Ciudad

País

**2.- En compañía de quien visita el destino**

Familia

Amigos

Pareja

Solo

Compañeros de trabajo

**3.-Actividad laboral a la que se dedica. 4.-nivel estimado de ingresos mensual**

Ama de casa  
Profesional  
Estudiante  
Empleado publico  
Empleado privado  
Empresario

100-150  
150-200  
200-250  
250-300  
300-350  
350-400  
400-500-  
500 -600  
600 a mas

**5.-** Medio de transporte utilizado

Transporte privado

Transporte Público

**6.-Es la primera vez que Ud. utiliza el cantón Montecristi**

Activar W  
Ve a Configu

## Anexo 2. Continuación



Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López  
Carrera de Turismo



7.- 

Motivo de su visita
---------------------

Restauración

Hospedaje

Consulta de rutas/ destinos

Oferta turística

Otros

8.- 

A través de que medio recibió información del destino a visitar
---

Redes sociales

Tv o radio

Revistas

Folletos turísticos

Ferias turísticas

Publicidad de boca a boca

## ANEXO 3. MATRIZ FODA

•	<b>FORTALEZAS</b>	•	<b>OPORTUNIDADES</b>
•	<b>DEBILIDADES</b>	•	<b>AMENAZAS</b>

## Foda estratégico

5=Fuerte impacto

4= De mediano a fuerte

3=Mediano impacto.

2=Poco impacto.



1=Mínimo impacto

		ANÁLISIS EXTERNO										
		OPORTUNIDADES				TOTAL	AMENAZAS			TOTAL		
		O1	O2	O3	O4	-*	A1	A2	A3			
ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS	F1	4	4	3	3	15	3	2	3	8	
		F2	4	3	2	3	12	3	2	2	7	
		F3	2	3	2	2	9	3	1	3	7	
		F4	4	4	3	4	14	2	2	2	6	
		F5	4	4	3	3	15	0	1	2	3	
		F6	4	4	4	2	14	3	2	3	8	
		F7	4	3	2	2	11	1	2	3	6	
		<b>TOTAL</b>	25	26	18	20	89	15	12	15	42	
		DEBILIDADES	D1	3	2	2	3	10	2	1	2	5
	D2		2	2	3	3	10	3	1	1	5	
	D3		2	2	1	2	7	2	1	3	6	
	D4		3	2	1	3	9	3	2	2	7	
	D5		2	2	1	3	8	2	3	2	7	
		<b>TOTAL</b>	12	10	8	14	44	12	8	10	30	

## Estrategias del FODA

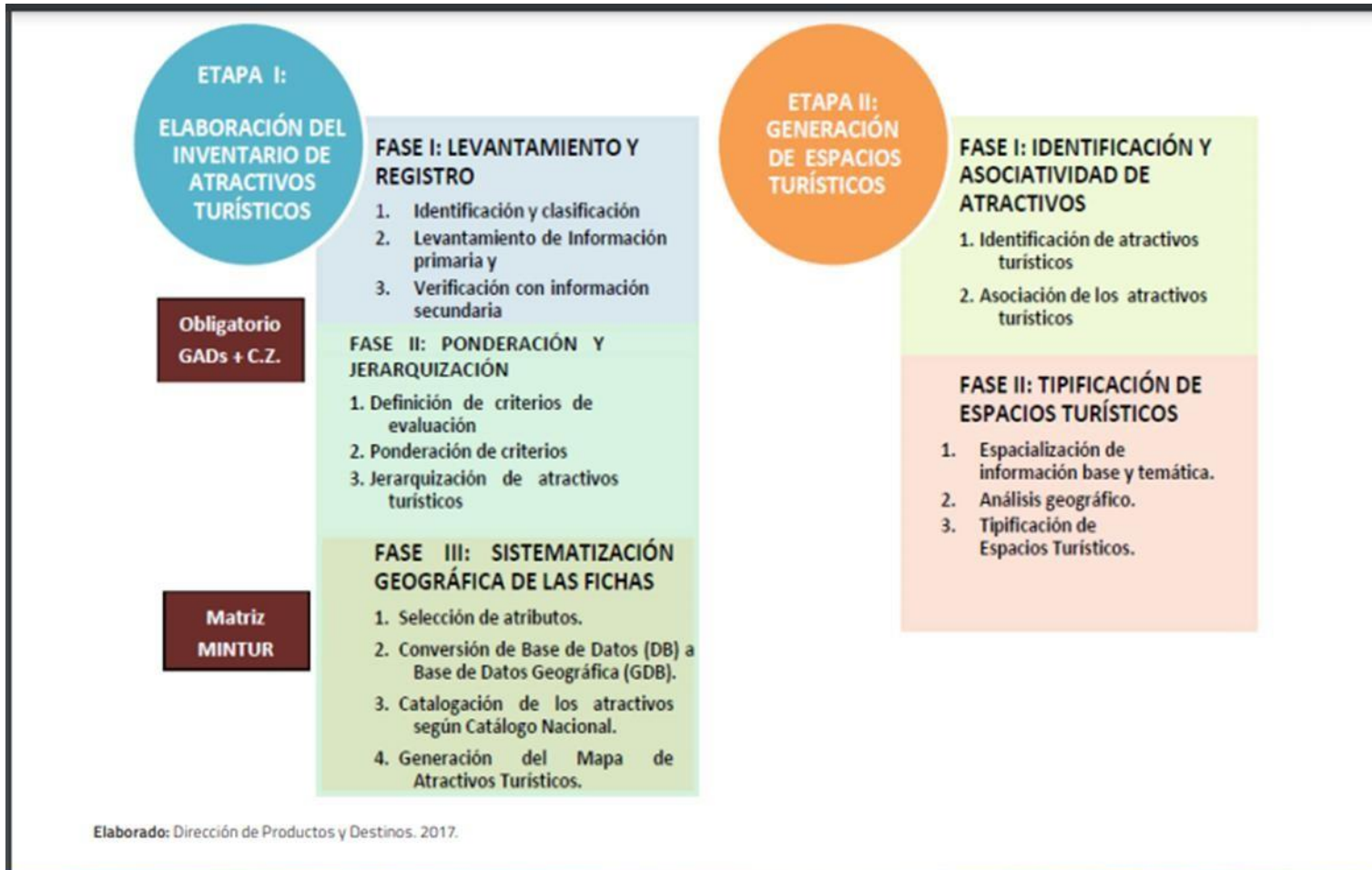
	Debilidad	Amenaza
Fortaleza	Estrategias Ofensivas	Estrategias Defensivas
Oportunidad	Estrategias de Orientación	Estrategias de Supervivencia

**Anexo 4 . Ficha de inventario de Atractivo Turístico**

	<p><b>MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR</b>  <b>Coordinación Zonal 4</b></p>	
<p><b>Ficha para inventario de atractivos turísticos-MANABI</b>  <b>Ficha 1 :</b></p>		
<p><b>1. DATOS GENERALES</b></p>		
ENCUESTADOR:	FICHA No	
SUPERVISOR EVALUADOR:	FECHA :	
NOMBRE DEL ATRACTIVO:		
PROPIETARIO: N/A		
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
<p><b>2. UBICACIÓN</b></p>		
LATITUD:	LONGITUD:	
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
CALLE: N/A	NÚMERO: N/A	TRANSVERSAL: N/A
<p><b>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b></p>		
NOMBRE DEL POBLADO:		
NOMBRE DEL POBLADO:	DISTANCIA (Km):	



### ANEXO 5. METODOLOGÍA DE JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TUSITICOS SEGÚN MINTUR 2018



CRITERIOS DE VALORACIÓN		DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN
A	ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18
B	PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9
G	DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7
H	TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5
I	RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5
TOTAL			100

RANGOS	JERARQUÍA
76 – 100	IV
51 – 75	III
26 – 50	II
11 – 25	I
0 - 10	Recurso

Fuente: Inventario de Atractivos Turísticos, MINTUR, 2004, adaptación DPDT, MINTUR, 2016

Elaboración: Dirección de Planificación de Destinos, MINTUR, 2016

JERARQUÍA	DESCRIPCIÓN
<b>Jerarquía IV</b>	Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).
<b>Jerarquía III</b>	Atractivo con rasgos excepcionales, capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros.
<b>Jerarquía II</b>	Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas nacionales.
<b>Jerarquía I</b>	Atractivo sin mérito suficiente para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del Inventario de Atractivos Turísticos como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.
<b>Recurso</b>	Es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

K

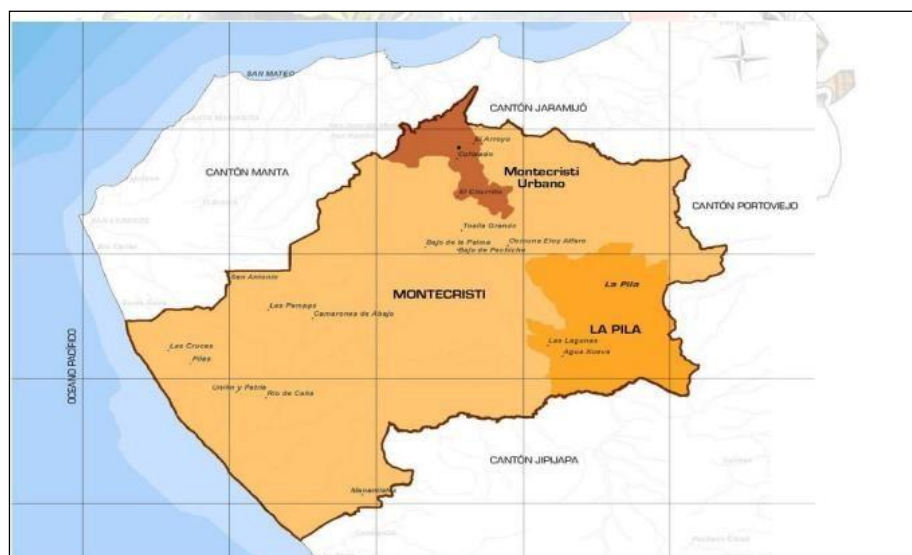
## ANEXO 6. MATRIZ DE ESTRATEGIAS

ESTRATEGIAS	ACCIONES	Relación FODA
E1		F-O-D-A
E2.		F-O-D-A
E3.		F-O-D-A
E4.		F-O-D-A
E5.		F-O-D-A

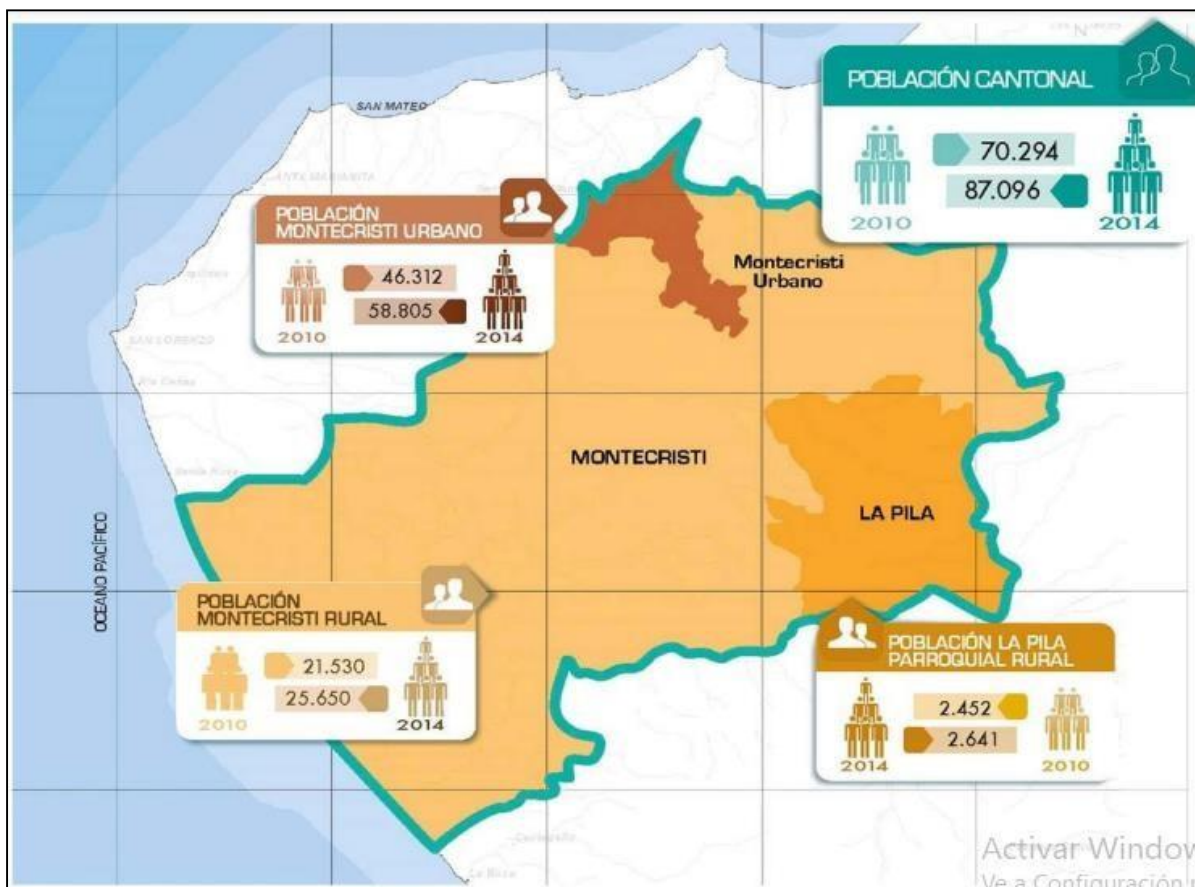
## ANEXO 7. FICHA DE PROGRAMACIÓN ESTRATÉGICA

ESTRATEGIAS	PROGRAMAS	ACCIONES Y MEDIDAS	COSTO	RESPONSABLE
E1	P1	A1		
		A2		
	P2	A1		
		A2		
E2	P1	A1		
		A2		
	P2	A1		
		A2		

## ANEXO 8. MAPA FÍSICO DEL CANTÓN MONTECRISTI



## ANEXO 9. DISTRIBUCIÓN POBLACIONAL DEL CANTÓN MONTECRISTI



## ANEXO 10. MATRIZ DE PROBLEMAS SOLUCIONES Y ESTRATEGIAS

PROBLEMAS	SOLUCIONES	ESTRATEGIAS
<b>Ausencia de Proyectos turísticos</b>	Planificación POA direccionada a contratación de estudios y ejecución de proyectos turísticos culturales	Asociación con la Academia
<b>Limitada oferta laboral</b>	Creación de políticas públicas y privadas que permitan a los diferentes sectores productivos y no productivos tener una mayores plaza de trabajo	Fomento al desarrollo productivo a través de la creación de emprendimientos locales
<b>Elevados niveles de migración</b>	Creación de políticas públicas de contratación del 50% de mano de obra local en cualquier actividad de que genere inversión por parte del sector privado	Generar un interés de regalías a aquellas empresas que decidan invertir en el cantón generando así un mayor interés de la empresa privada

<b>Desconocimiento y poca valoración al patrimonio cultural</b>	Puesta en valor de los recursos culturales a través de campañas de concientización en escuelas , colegios y universidades para que estos sean portavoces del cuidado y respeto que se debe de tener con lo que nos antecedió,	Reglamento cantonal que le permita no solo la valoración del patrimonio sino también el interés colectivo de preservación por parte de la comunidad local
<b>Inexistencia de servicios turísticos de información</b>	Creación de un Itur Cantonal	Emplear mejores técnicas de promoción turística en el cantón de manera independiente a los cantones de Portoviejo y Manta

## ANEXO 11. ENCUESTA AL PERFIL DE VISITANTE

### Anexo 1. Resultado de las encuestas aplicadas a la demanda del cantón Montecristi

#### EDAD

Resultado de la encuesta – variable edad

Variable EDAD	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
18 - 30	109	28.4	28.4	
31 - 40	42	10.9	39.3	
<b>Válido</b>	41 - 50	66	17.2	56.5
	51 - 60	64	16.7	73.2
	Más de 60	103	26.8	100.0
<b>TOTAL</b>	384	100.0		

Elaborado por: Los autores

#### LUGAR DE PROCEDENCIA

Resultado de la encuesta – variable lugar de procedencia

Variable lugar de procedencia	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
	Quito	87	22.7	22.7
	Portoviejo	60	15.6	38.3
<b>Válido</b>	Manta	59	15.4	53.6
	Guayaquil	42	10.9	64.6
	Suiza	25	6.5	71.1
	España	30	7.8	78.9
	Londres	24	6.3	85.2
	Italia	24	6.3	91.4

	USA	33	8.6	100.0
	<b>TOTAL</b>	384	100.0	

Elaborado por: Los autores

### ORIGEN

Resultado de la encuesta – variable origen

Variable ORIGEN		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Nacional	223	58.1	58.1
	Extranjero	161	41.9	100.0
<b>TOTAL</b>		384	100.0	

Elaborado por: Los autores

### COMPAÑÍA

Resultado de la encuesta – variable compañía

Variable COMPAÑÍA		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Familia	97	25.3	25.3
	Amigos	62	16.1	41.4
	Pareja	157	40.9	82.3
	Solo	51	13.3	95.6
	Compañero de trabajo	17	4.4	100.0
<b>TOTAL</b>		384	100.0	

Elaborado por: Los autores

### EDUCACIÓN

Resultado de la encuesta – variable educación

Variable EDUCACIÓN		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Primarios y secundarios	149	38.8	38.8
	Medios o técnicos	22	5.7	44.5
	Tercer nivel	175	45.6	90.1
	Cuarto nivel	38	9.9	100.0
<b>TOTAL</b>		384	100.0	

Elaborado por: Los autores

## NIVEL DE INGRESOS

Resultado de la encuesta – variable nivel de ingresos

Variable NIVEL DE INGRESOS	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	100-200	21	5.5
	200-350	32	8.3
	350-400	90	23.4
	400-500	88	22.9
	500-600	32	8.3
	600 a más	121	31.5
<b>TOTAL</b>	384	100.0	

Elaborado por: Los autores

## ACTIVIDAD LABORAL

Resultado de la encuesta – variable actividad laboral

Variable ACTIVIDAD LABORAL	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Ama de casa	43	11.2
	Profesional	82	21.4
	Estudiante	61	15.9
	Empleado público	92	24.0
	Empleado privado	64	16.7
	Empresario	42	10.9
<b>TOTAL</b>	384	100.0	

Elaborado por: Los autores

## PRINCIPAL MOTIVO DE VISITA

Resultado de la encuesta – variable factores de motivación

Variable MOTIVO DE VISITA	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Ciudad de Montecristi	128	33.3
	Iglesia Menor de la Virgen de Monserat	31	8.1
	Centro Cívico Ciudad Alfaro	149	38.8

	Compra de artesanías	51	13.3	93.5
	Otros	25	6.5	100.0
	<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: Los autores

## INFORMACIÓN

Resultado de la encuesta – variable factores de información

Variable INFORMACIÓN		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Redes sociales	143	37.2	37.2
	Tv o radio	139	36.2	73.4
	Revistas	16	4.2	77.6
	Folleto turístico	59	15.4	93.0
	Ferias turísticas	16	4.2	97.1
	Publicidad boca a boca	11	2.9	100.0
	<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: Los autores

## VISITA

Resultado de la encuesta – variable visita

Variable VISITA		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Si	243	63.3	63.3
	No	141	36.7	100.0
	<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: Los autores

## LUGAR DE HOSPEDAJE

Resultado de la encuesta – variable de hospedaje

Variable HOSPEDAJE		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Montecristi	57	14.8	14.8
	Portoviejo	22	5.7	20.6
	Manta	158	41.1	61.7
	Otro	42	10.9	72.7
	<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: Los autores

## INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS



Resultado de la encuesta – variable de infraestructura y servicios

Variable HOSPEDAJE		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Excelente	5	1.3	1.3
	Bueno	262	68.2	69.5
	Regular	83	21.6	91.1
	Malo	34	8.9	100.0
<b>TOTAL</b>		<b>384</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: Los autores

### GASTO DIARIO

Resultado de la encuesta – variable de gasto diario

Variable GASTO DIARIO		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	\$50	232	60.4	60.4
	\$51-100	125	32.6	93.0
	\$101-200	27	7.0	100.0
<b>TOTAL</b>		<b>384</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: Los autores

### VIAJE

Resultado de la encuesta – variable viaje

Variable VIAJE		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Transporte público	289	75.3	75.3
	Transporte privado	95	24.7	100.0
<b>TOTAL</b>		<b>384</b>	<b>100.0</b>	

Elaborado por: Los autores

