



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

DIRECCIÓN DE POSGRADO Y EDUCACIÓN CONTINUA

**INFORME DE INVESTIGACIÓN
PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGÍSTER
EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN
DESTINOS TURÍSTICOS**

MODALIDAD:

Trabajo de Titulación

TEMA:

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA
HOSTERÍA QUE MEJORE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL
CANTÓN BOLÍVAR, MANABÍ**

AUTORES:

**MARTHA ELIZABETH MONTESDEOCA CHÁVEZ
MARTHA MAGDALENA CHÁVEZ PALACIOS**

TUTOR:

MBA. GILBERTO BLANCO GONZÁLEZ

CALCETA, OCTUBRE 2022

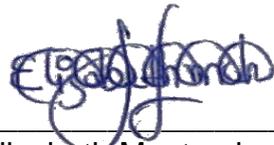
REPOSITORIO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TÍTULO: ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA QUE MEJORE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL CANTÓN BOLÍVAR, MANABÍ.	
AUTORAS: Martha Elizabeth Montesdeoca Chávez Martha Magdalena Chávez Palacios	REVISORES:
INSTITUCIÓN: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ "MANUEL FÉLIX LÓPEZ".	FACULTAD: COORDINACIÓN DE POSGRADO/ MAESTRÍA EN GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES.
CARRERA:	Turismo
FECHA DE PUBLICACIÓN:	N° DE PÁGS.: 157
ÁREA TEMÁTICA:	
PALABRAS CLAVES: Estudio de mercado, hostería, oferta turística, cantón Bolívar.	
RESUMEN	
<p>El presente trabajo tiene como objetivo la elaboración de un estudio de mercado que facilite la creación de una hostería en el cantón Bolívar, para ello se diseñó un proceso metodológico estructurado en 3 fases, la primera planteó las líneas base para desarrollar el diagnóstico turístico situacional del cantón, la segunda fase estableció las características del área de estudio y la tercera fase determinó el análisis de los componentes del mercado turístico. Obteniéndose los siguientes resultados: en relación al diagnóstico del cantón se determinó que la población presenta características socio comunitarias propias de los espacios rurales de sostenimiento agropecuario, se enfatiza que el sistema turístico del cantón es poco desarrollada desde los servicios de la oferta, a pesar de ello, el territorio posee un potencial de recursos y atractivos turísticos culturales y naturales de relevancia; al realizar el análisis geoespacial se determinó que el sitio Puerto Alto mantiene características geográficas ideales para la creación de una hostería ya que no se evidencian otros oferentes similares, aunque se precisan dificultades en la dotación de servicios básicos; por último el análisis del mercado turístico se presentan debilidades en la oferta del cantón y cuya demanda enfatiza las expectativas de un servicio que promueva un turismo rural, cultural y de naturaleza, a fin de diseñar actividades recreativas que potencie el uso del embalse, por lo que el estudio de mercado es concluyente que el estudio de mercado ejecutado orienta de manera asertiva la creación de una hostería en el cantón Bolívar.</p>	

N° DE REGISTRO (en base de datos):	N° DE CLASIFICACIÓN:
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	
ADJUNTO PDF	
CONTACTO CON AUTORES:	Teléfono: E-mail:
CONTACTO DE LA INSTITUCIÓN:	Teléfono:

DERECHOS DE AUTORÍA

Martha Elizabeth Montesdeoca Chávez y Martha Magdalena Chávez Palacios, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi 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 cedo 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.



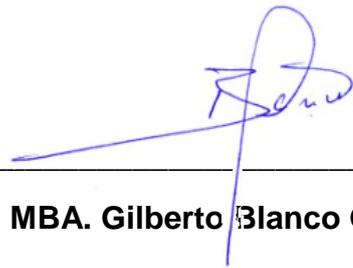
Martha Elizabeth Montesdeoca Chávez



Martha Magdalena Chávez Palacios

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

MBA. Gilberto Blanco González, certifica haber tutelado el trabajo de titulación **“ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA QUE MEJORE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL CANTÓN BOLÍVAR, MANABÍ”**, que ha sido desarrollado **POR MARTHA ELIZABETH MONTESDEOCA CHÁVEZ** y **MARTHA MAGDALENA CHÁVEZ PALACIOS**, previa la obtención del título de Magíster en Turismo mención Gestión Sostenible en Destinos Turísticos, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN** de los programas de Posgrado de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.



MBA. Gilberto Blanco González

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

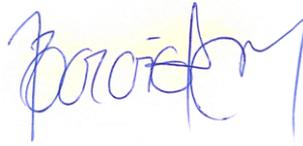
Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el trabajo de titulación “**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA QUE MEJORE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL CANTÓN BOLÍVAR, MANABÍ**”, que ha sido propuesto, desarrollado y sustentado por **MARTHA ELIZABETH MONTESDEOCA CHÁVEZ** y **MARTHA MAGDALENA CHÁVEZ PALACIOS**, previa la obtención del título de Magíster en Turismo mención Gestión Sostenible en Destinos Turísticos, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN** de los programas de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.



Ph.D Ángel Guillermo Feliz Mendoza
MIEMBRO



M. Sc. Iván Mendoza Montesdeoca
MIEMBRO



Ph. D Johnny Bayas Escudero
PRESIDENTE

AGRADECIMIENTO

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

A nuestro docente tutor MBA. Gilberto Blanco quien sin su guía no hubiera sido posible el desarrollo del presente trabajo,

A los miembros del tribunal por su incansable labor de proyectar espacios de retroalimentación y calidad investigativa para el desarrollo del trabajo de tesis, y

A nuestros docentes tutores, quienes fueron incansables en todo el proceso de formación. A todos infinitas gracias.

Martha Elizabeth Montesdeoca Chávez

Martha Magdalena Chávez Palacios

DEDICATORIA

A mi familia, porque son la razón de mi vida, por su aliento y apoyo incondicional, todo lo que soy es gracias a ustedes.

Martha Elizabeth Montesdeoca Chávez

DEDICATORIA

A Dios forjador de mi camino, por acompañarme y fortalecerme cada día.

A mi madre, que me inspira en cada una de mis metas.

A mis hijos, por ser el pilar que me sostiene cada día.

Martha Magdalena Chávez Palacios

CONTENIDO GENERAL

REPOSITORIO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA	ii
DERECHOS DE AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	v
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
DEDICATORIA.....	viii
DEDICATORIA.....	ix
CONTENIDO GENERAL.....	x
CONTENIDO DE TABLAS.....	xii
CONTENIDO DE FIGURAS.....	xiv
RESUMEN Y PALABRAS CLAVE.....	xv
ABSTRACT AND KEY WORDS.....	xvi
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES.....	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	5
1.2.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	5
1.2.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	6
1.2.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	6
1.3. OBJETIVOS.....	7
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	7
1.3.2. OBJETIVO ESPECÍFICO.....	7
1.4. IDEAS A DEFENDER.....	8
CAPÍTULO II. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	
2.1 TENDENCIAS ACTUALES DEL MERCADO TURÍSTICO EN EL ECUADOR.....	9
2.2 ESTUDIO DE MERCADO Y SU IMPACTO EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ.....	14
2.2.1 VARIABLES Y ETAPAS DEL ESTUDIO DE MERCADO TURÍSTICO.....	16
2.3 CONCEPTUALIZACIONES DE LA DEMANDA Y LA OFERTA TURÍSTICA.....	17
2.3.1 LA DEMANDA TURÍSTICA EN MANABÍ.....	18

2.3.2 OFERTA TURÍSTICA EN BOLÍVAR.....	22
2.3.3 IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	24
2.4 CARACTERIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO.....	30
2.5 LAS HOSTERÍAS EN EL DESARROLLO TURÍSTICO RURAL....	34
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO	
3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
3.2 PROPUESTA METODOLÓGICA.....	41
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	
4.1 FASE 1: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL.....	47
4.1.1 ESTABLECER LA LÍNEA BASE DE LOS COMPONENTES SOCIALES, ECONÓMICOS Y AMBIENTALES DEL CANTÓN.....	47
4.1.2 CARACTERIZACIÓN DEL SISTEMA TURÍSTICO DEL CANTÓN.	53
4.1.3 IDENTIFICAR ATRACTIVOS POTENCIALES DEL CANTÓN....	57
4.2 CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO.....	63
4.2.1 ESTUDIO GEOESPACIAL.....	70
4.2.2 ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS Y RECURSOS TURÍSTICOS DEL ÁREA DE ESTUDIO.....	73
4.2.3 ANÁLISIS DEL SITIO.....	74
4.3 ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO.....	75
4.3.1 ESTUDIO DE LA OFERTA.....	75
4.3.2 ESTUDIO DE LA DEMANDA.....	82
4.3.3 ESTUDIO DE LA COMPETENCIA.....	99
4.3.4 DISEÑO DEL PRODUCTO.....	103
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	115
BIBLIOGRAFÍA.....	118
ANEXOS.....	128

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1	Comportamiento turístico nacional en Manabí.....	19
Tabla 2	Perfil de los visitantes acorde a los segmentos.....	20
Tabla 3	Tipología de los productos turísticos.....	26
Tabla 4	Productos turísticos según el MINTUR en Manabí.....	27
Tabla 5	Productos turísticos de Manabí.....	28
Tabla 6	Clasificación hotelera según el Reglamento de Alojamiento Turístico.....	31
Tabla 7	Catastro Hosterías de la provincia de Manabí.....	36
Tabla 8	Metodología: fases, actividades, sus métodos, técnicas y herramientas.....	41
Tabla 9	Distribución poblacional.....	47
Tabla 10	Servicios Turísticos en el Cantón Bolívar	53
Tabla 11	Perfil del visitante de turismo rural.....	55
Tabla 12	Matriz de Jerarquización de Atractivos del Cantón.....	58
Tabla 13	Matriz de categorización de recursos turísticos del cantón...	62
Tabla 14	Principales cuencas hidrográficas del cantón.....	72
Tabla 15	Servicios turísticos próximos al área de estudio.....	73
Tabla 16	Listado de expertos, técnicos y prestadores consultados....	76
Tabla 17	Ciudad de Residencia.....	83
Tabla 18	Género.....	85
Tabla 19	Nacionalidad.....	85
Tabla 20	Dedicación.....	86
Tabla 21	Rango de Edad.....	87
Tabla 22	¿Cuál es la motivación de viaje?.....	87
Tabla 23.	¿Cómo viaja regularmente?.....	88
Tabla 24	¿Con qué frecuencia se hospeda en algún alojamiento turístico?.....	89
Tabla 25	¿En qué tipo de alojamiento se hospeda más?.....	89
Tabla 26	¿Se ha alojado en el cantón Bolívar?.....	90
Tabla 27	¿Cuál es el lugar más cercano al cantón Bolívar donde se ha alojado?.....	91
Tabla 28	Seleccione en qué medida valora las características y	

	servicios de alojamientos siendo 1 nada y cinco mucho....	92
Tabla 29	¿Qué cantidad de actividades se pueden realizar en el alojamiento?.....	92
Tabla 30	¿Cómo valora la seguridad?.....	93
Tabla 31	¿Cómo valora la ubicación?.....	94
Tabla 32	¿Cómo valora la armonía con la naturaleza?.....	94
Tabla 33	¿Cómo valora un alojamiento que tenga el servicio de alimentación?.....	95
Tabla 34	¿Cómo valora el silencio?.....	96
Tabla 35	Si ha visitado el cantón Bolívar ¿qué es lo que más le ha gustado?.....	96
Tabla 36	Si ha visitado el cantón Bolívar ¿qué es lo que menos le ha gustado?.....	97
Tabla 37	¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por un hospedaje en una hostería ecológica en los alrededores de la Represa?.....	98
Tabla 38	¿Qué considera que debe tener una hostería para ser considerada de calidad?.....	99
Tabla 39	Matriz de Perfil Competitivo.....	100
Tabla 40	Matriz de competencia local.....	101
Tabla 41	Diseño de la Marca Hostería Tradición	104
Tabla 42	Matriz de mercado objetivo.....	109
Tabla 43	Estrategias de producto.....	111
Tabla 44	Estrategias de precio.....	112
Tabla 45	Estrategias de plaza.....	113
Tabla 46	Estrategias de promoción.....	114

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1	Llegada de turistas a Ecuador en 2020.....	12
Figura 2	Flujo turístico interno en Ecuador en 2020.....	12
Figura 3	Mapa de Impacto Antropogénico.....	50
Figura 4	Recursos y atractivos del cantón.....	56
Figura 5	Mapa Turístico del Cantón Bolívar.....	58
Figura 6	Ubicación proyectada para la creación de Hostería...	64
Figura 7	Mapa Geomorfológico.....	67
Figura 8	Mapa Predictivo.....	68
Figura 9	Mapa Productivo.....	70
Figura 10	Mapa Hidrográfico.....	71
Figura 11	Organigrama funcional.....	106

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo la elaboración de un estudio de mercado que facilite la creación de una hostería en el cantón Bolívar, para ello se diseñó un proceso metodológico estructurado en 3 fases, la primera planteó las líneas base para desarrollar el diagnóstico turístico situacional del cantón, la segunda fase estableció las características del área de estudio y la tercera fase determinó el análisis de los componentes del mercado turístico. Obteniéndose los siguientes resultados: en relación al diagnóstico del cantón se determinó que la población presenta características socio comunitarias propias de los espacios rurales de sostenimiento agropecuario, se enfatiza que el sistema turístico del cantón es poco desarrollado desde los servicios de la oferta, a pesar de ello, el territorio posee un potencial de recursos y atractivos turísticos culturales y naturales de relevancia; al realizar el análisis geoespacial se determinó que el sitio Puerto Alto mantiene características geográficas ideales para la creación de una hostería ya que no se evidencian otros oferentes similares, aunque se precisan dificultades en la dotación de servicios básicos; por último el análisis del mercado turístico se presentan debilidades en la oferta del cantón y cuya demanda enfatiza las expectativas de un servicio que promueva un turismo rural, cultural y de naturaleza, a fin de diseñar actividades recreativas que potencie el uso del embalse, por lo que es concluyente que el estudio de mercado ejecutado orienta de manera asertiva la creación de una hostería en el cantón Bolívar.

PALABRAS CLAVE

Estudio de mercado, hostería, oferta turística, cantón Bolívar.

ABSTRACT

The objective of this work is the elaboration of a market study to facilitate the creation of an inn in the Bolivar canton. For this purpose, a methodological process structured in 3 phases was designed; the first phase proposed the baselines to develop the situational tourism diagnosis of the canton, the second phase established the characteristics of the study area, and the third phase determined the analysis of the components of the tourism market. The following results were obtained: in relation to the diagnosis of the canton, it was determined that the population presents socio-community characteristics typical of rural spaces of agricultural and livestock support, it is emphasized that the tourism system of the canton is poorly developed from the supply services, despite this, the territory has a potential of cultural and natural tourism resources and attractions of relevance; The geospatial analysis determined that the Puerto Alto site has ideal geographic characteristics for the creation of an inn since there is no evidence of other similar offers, although there are difficulties in the provision of basic services; Finally, the analysis of the tourism market shows weaknesses in the canton's supply and whose demand emphasizes the expectations of a service that promotes rural, cultural and nature tourism, in order to design recreational activities that enhance the use of the reservoir, this is conclusive that the market study carried out provides assertive guidance for the creation of an inn in the Bolivar canton.

KEY WORDS

Market study, lodging, tourism offer, Canton Bolivar.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El turismo es una actividad económica muy representativa a nivel mundial, la Organización Mundial de Turismo (OMT, 1995) lo define como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en un lugar distinto a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”. Actualmente, es un sector de la economía que brinda empleo a millones de personas y permite un gran desarrollo económico a nivel mundial. Según cifras de la OMT (2019) en 2018 se registró 1400 millones de llegadas de turistas internacionales, posicionándose como el segundo mejor y fuerte año después de 2017, tras el aumento de pernoctación del 6%, significando un crecimiento por encima del 3.7% de la economía.

Desde el diagnóstico realizado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y como parte del proceso de reactivación mundial por el confinamiento de la Covid-19, precisa que el sector se debe preparar para el futuro en el fortalecimiento de las habilidades digitales de mipymes relacionadas en toda la cadena de valor y ecologizar el sector para reducir el impacto en el entorno permitiendo la dinamización del turismo interno con la diversificación de los servicios a las familias y personas de edad (CEPAL, 2020 b), por lo que se precisan los cambios en las expectativas de consumo de la demanda mundial, orientados particularmente al desarrollo de los espacios naturales.

En investigaciones realizadas por Meza et al. (2016) recalca que la actividad turística a nivel mundial genera “una mayor demanda en los ámbitos de transporte y alojamiento” (p.26) este aspecto precisa que para la promoción de la actividad turística uno de los principales servicios generados en una determinada localidad debe ser el hospedaje y los medios de conectividad para llegar a los mismos, desde esta perspectiva se orienta el desarrollo de diversas tipologías de hospedajes turísticos adaptadas a los distintos entornos y espacios rurales del territorio.

Autores como Vargas et al. (2018) señalan que “en el Ecuador no existen

estudios concretos sobre el impacto del turismo comunitario y solamente hay estudios temáticos en comunidades específicas” (p.86), precisando en la investigación que hay escasos trabajos de diagnóstico en zonas rurales que contribuyan a la toma de decisiones de la tipología de turismo y las políticas necesarias para su operatividad que minimicen las debilidades del sector en estos contextos.

Es imperativo recalcar que toda empresa turística creadas o por crearse deben contextualizar los servicios turísticos desde las nuevas demandas del mercado potencial, para ello, es imprescindible realizar procesos de diagnóstico del contexto que permitan sustentar el desarrollo de alojamientos necesarios para promover el sector.

A partir de ello, una de las problemáticas en el Ecuador señalada por Bravo et al. (2018) señalan que “la política y el sistema actual escasamente precisa el involucramiento de las comunidades locales en el desarrollo turístico, por lo que provoca la exclusión social y una apropiación del territorio y sus recursos beneficiando a los capitales externos” (p.106), situación que en muchos casos se enmarcan en el desinterés de las comunidades en el desarrollo de proceso de desarrollo a partir de la inexistencias de acuerdos de participación para el cuidado y sostenibilidad de los mismo.

Cabanilla et al. (2021) expone que este periodo ha puesto en evidencia las falencias de gestión, planificación e inclusive en la calidad del servicio, así como además de la deficiencia y poca diversidad en la oferta de alojamiento rural en el país entero, ya que imperan los hoteles. Por lo que, esto ha conllevado a que las administraciones competentes y actores le den la importancia que se merece a dicha modalidad y propicien una gestión desde la investigación de mercados que permita asegurar la inversión e implementación de infraestructuras acorde a las tendencias y perspectivas de la demanda nacional e internacional.

Cabe mencionar acorde a lo expresado por Quintana (2019) desde sus investigaciones indica que en el país existe una deficiente calidad en la oferta de servicios de hospedaje, en todas las épocas del año, por lo que no existe capacidad en la calidad de la prestación de los servicios y deficiencias en los

servicios básicos o de accesibilidad a los territorios rurales para cubrir la demanda de turistas que visitan Ecuador y las provincias que cuentan con recursos importantes.

A lo que Pérez (2015) en sus estudios realizados a nivel nacional hace énfasis que “el déficit de la oferta de hospedaje rural obedece a las trabas que se presentan a la hora de la creación e implementación de los negocios bajo el marco legal respectivo” (p.28), lo que enfatiza la dificultad de muchos emprendimientos a asumir el aspecto de conformación legal del negocio lo que genera dificultad en su implementación.

A nivel macro los autores reseñados determinan la importancia de la política pública en su aporte a los procesos de reactivación económica para los empresarios e inversores del país en relación al desarrollo de alojamientos. Por lo que el turismo rural que promueve elementos más intrínsecos y con características informales en su gestión, implementación y desarrollo, que son incompatibles con las normativas para su desarrollo, por lo que en muchos casos esta se convierte en una oportunidad para emprendedores de localidades agrícolas del país que se interesan visibilizar la cultura y riqueza natural de su localidad.

En estudios realizados en la provincia de Manabí por Giler et al (2022) destacan en su diagnóstico las causas por las cuales se ha mitigado el turismo en las comunidades rurales indicando que “el débil apoyo de las comunidades escasamente permiten aprovechar las potencialidades del territorio, la ausencia de capacitación a las comunidades que permitan el desarrollo turístico, la falta de asociatividad que propicia la desorganización del sector en las actividades turísticas” (p.51) son factores que desde la perspectiva de los autores propician la implementación y creación de emprendimientos escasamente planificados ya sea por el desconocimiento o por la búsqueda de fuentes de ingresos que complementen la dependencia de estos sectores en las actividades agrícolas, ganaderas y pesqueras.

Siendo una de las principales problemáticas en la provincia de Manabí, territorio que, a pesar de contar con infraestructura hotelera, se evidencia un

desconocimiento generalizado de las necesidades e intereses del visitante, esto aunado a la escasa aplicación del sustento técnico que permita comprender el perfil y las expectativas del turista.

Como lo expresa Tobar (2019), cuando explica que el factor clave para el desarrollo de un estudio de mercado es “conocer las motivaciones en el cliente a fin de comprender las características del servicio que estos requieren” (p.29), por lo que se determina el requerimiento del sustento técnico para la innovación de los servicios.

A nivel meso correspondiente al ámbito provincial la problemática enfatiza el escaso apoyo y seguimiento técnico a través de los GAD, pues se identifican comunidades con potencial turístico, pero no se les genera un proceso de fortalecimiento a través de la capacitación o el desarrollo de planes de financiamiento que permitan mejorar los establecimientos existentes y mejorar la oferta de hospedaje en la zona rural de la provincia, a ello se suma identificar los territorios que poseen el potencial turístico y el desarrollo de estudios diagnósticos consolidados que permitan identificar las características de la demanda turística que llega a la provincia y las perspectiva del consumo de servicios y productos turísticos que les motiva la visita.

En el cantón Bolívar gran parte de los establecimientos de alojamientos escasamente se inclinan en la implementación de procesos técnicos que permitan caracterizar e identificar las perspectivas de la demanda potencial que llega al territorio para disfrutar de los recursos y atractivos culturales y turísticos de la localidad y que requiere de servicios complementarios o que se precise las formas cómo estos acceden a estos servicios y por ende que potencie la experiencia del visitante.

A nivel micro, y desde las percepción local del cantón resalta que a pesar de la riqueza natural y paisajística del territorio se carece de infraestructura y procesos de planificación que sean respetuosos con el medio ambiente (Cedeño y Párraga, 2012), por lo que se precisa la carencia de alojamiento de tipo ecológicos que permitan potenciar el valor ecológico y cultural del territorio, evidenciándose un desconocimiento en la implementación de propuestas de

desarrollo que permitan generar el desarrollo del turismo rural que sea coherente con las potencialidades del cantón.

Otra causante al interno administrativo y logística del turismo del cantón es la escasa existencia de estudios de mercado actualizados que identifiquen las necesidades y requerimientos de la demanda que visita el cantón y que determinen los aspectos claves del servicio, así como la creación de infraestructura nueva que permita mejorar la oferta local, por lo que transgrede en “la depreciación de la calidad en la percepción de los viajeros” (Chávez y Solórzano, 2017, p. 3), aspecto que enfatiza la importancia en la aplicación de instrumentos de medición que permita establecer los intereses de los visitantes y de las particularidades y tipologías de desarrollo turístico que se puede realizar en el cantón.

Desde la visión de Cornejo y Macías (2018) se centran en que el cantón no cuenta con la suficiente infraestructura ni productos turísticos desarrollados; esto ha causado poca demanda al sector, afectando en la economía local, ya que el turismo es una de las actividades que promueve un alto grado de dinamización de la economía en espacios rurales, es por eso que nuevas propuestas de creación de alojamientos ayudarían a reactivar económica del territorio.

Considerando estos criterios se plantea la siguiente interrogante: ¿De qué manera un estudio de mercado podría influenciar para la creación de una hostería en el cantón Bolívar?

1.2. JUSTIFICACIÓN

1.2.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

Desde la dimensión teórica el proyecto se justifica ya que sustenta la información base obtenida mediante la revisión bibliográfica exhaustiva, donde los análisis de los preceptos de distintos referentes permitieron la construcción de un estado del arte que a más de recopilar un marco teórico precisa la importancia de contrastar e integrar otros estudios y validan la necesidad de la investigación, convirtiéndose en un respaldo a los lineamientos técnicos y operativos que consoliden la propuesta planteada.

Para ello fue requerido profundizar desde la literatura científica las variables consideradas desde el contexto del tema de estudio, lo que a su vez permite contribuir en futuras investigaciones relacionadas con la creación de hosterías y el mejoramiento de la oferta hotelera, así como también la presente aportó al conocimiento de la realidad y situación del objeto de estudio que refiere directamente al cantón Bolívar.

1.2.2 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

El sector hotelero puede constituirse en un motor de desarrollo capaz de generar no solo empleo sino el desarrollo del cantón, impulsando otras actividades productivas que realcen los recursos autóctonos del lugar, es por ello que el impacto social económico de la propuesta se considera importante por el beneficio que tendrá el cantón y sus cantones aledaños. En este contexto, la propuesta se justifica ya que a través del estudio de mercado para la creación de una hostería en Bolívar se mejorará la oferta hotelera y con ello se contribuirá al desarrollo de la zona donde se asentará el establecimiento y al cantón en general, puesto que se establecerán a partir de los resultados estrategias direccionadas al cliente donde se espera que el sector tome como referencia para mejorar sus productos y servicios y con ello, incrementar la rentabilidad de los hoteleros.

Específicamente, con la creación de una hostería se incidirá directamente desde la perspectiva económica generando fuentes de empleos para profesionales afines así como para locales con las competencias necesarias, se contribuiría a dinamizar la economía, se fomentaría la implementación de nuevos emprendimientos relacionados con la actividad así como otros de apoyo entorno al establecimiento, se fomentaría la atracción de turistas y, con ello, el ingreso de divisas, que en su conjunto instará a que las autoridades accionen la mejora de la infraestructura de servicios básicos y la accesibilidad que en suma beneficiaría a la comunidad local, elevando la calidad de vida.

1.2.3 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICO

Desde el aspecto metodológico la investigación se justifica ya que ha permitido desarrollar un proceso sistémico que conlleva a validar la relevancia del presente

estudio, el desarrollo y aplicación de instrumentos logró obtener resultados veraces que ratificaron que el cantón carece de un alojamiento que brinde a los visitantes servicios hoteleros óptimos considerando las características idóneas del entorno.

El proceso metodológico se sustenta en referentes investigativos nacionales y provinciales; en el primero se enmarca en el diagnóstico del potencial turístico de la comunidad objeto de estudio (Tapuy, 2015); en el segundo destacan algunos estudios integrales realizados en la provincia que aportan en la elaboración del plan de desarrollo turístico y sus fases de control y seguimiento (Nevárez, 2018), siendo complementarios otros estudios implícitos en distintos cantones de la provincia que precisan el desarrollo del estudio de mercado a través de la definición de oferta y demanda, el análisis de la gestión comercialización del producto así como el procedimiento operativo para el posicionamiento de la marca (Bazurto y Buste, 2015; Bravo Intriago, 2015; Chávez y Solórzano, 2017; Mera y Solórzano, 2017).

Por lo que contribuye a la creación de una hostería que fortalezca el desarrollo sostenible de la actividad turística del cantón Bolívar, considerando estrategias de gestión operativas que sean generadoras de fuentes de empleo, servicios de calidad y precios cómodos, respondiendo a las perspectivas de los visitantes del cantón.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un estudio de mercado que facilite la creación de una hostería en el cantón Bolívar.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar el diagnóstico turístico situacional del cantón Bolívar para la identificación del sistema turístico y potencialidades del territorio.
- Caracterizar los factores geoespacial y turístico del área de estudio que permita valorar las condiciones del sitio para el desarrollo de la propuesta.

- Investigar los principales subsistemas del mercado turístico del cantón para estructurar estrategias de desarrollo y comercialización de un servicio alojamiento que fortalezca la oferta turística en el territorio.

1.4. HIPÓTESIS, PREMISAS Y/O IDEAS A DEFENDER

Si se realiza un estudio de mercado para la creación de una hostería se podría mejorar la oferta turística en el cantón Bolívar en la provincia de Manabí.

CAPÍTULO II. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

2.1 TENDENCIAS ACTUALES DEL MERCADO TURÍSTICO EN EL ECUADOR.

El mercado turístico se define como una herramienta fundamental que permite de forma transversal impulsar el desarrollo socioeconómico de los territorios, porque no solo tiene la capacidad de generar crecimiento económico, sino que se adapta como instrumento de desarrollo nacional, generando un bienestar integral, enmarcándose así, en los objetivos del Plan de Desarrollo Nacional del país que vela por el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes.

El mercado turístico está conformado por una serie de actividades, productos y servicios que facilitan el desarrollo económico del país. Para Loo et al. (2015) “el mercado turístico está condicionado por la coyuntura económica, política, social y ambiental tanto del país receptor como del país emisor de turistas” (p.42). Los mercados turísticos engloban principalmente de servicios donde el cliente es quien se traslada para poder disfrutar de dichos servicios, otro aspecto es que consiste en contar de forma permanente en el factor humano para generar dichos servicios y por último se evidencian desequilibrios en el proceso ya que el mercado es de manera estacional.

Se determina que el turismo al igual que las demás actividades económicas se desenvuelve a través de un mercado, el mismo que en resumidas cuentas está enmarcado en la oferta y demanda fundamentalmente, donde se desarrollan los servicios que componen la actividad turística. Por lo que dicho escenario es la afluencia entre la oferta (refiriéndose a los productos, servicios y facilidades) y la demanda (consumidores o turistas).

El turismo ecuatoriano se encuentra en desarrollo y está integrado por una amplia escala de actividades, productos, servicios destinados a satisfacer las necesidades de los turistas, porque se extienden prácticamente en todos los fragmentos establecidos en la economía: agricultura, ganadería, manufacturas, comercio, hoteles, etc. Todo esto sumado a las características intrínsecas del país le proporciona altas probabilidades de desarrollo turístico de forma sostenida que beneficie a todas las partes.

Tomando en consideración los aportes de Castillo et al. (2015) vislumbra que, en los últimos años el Ecuador ha mantenido una tendencia económica creciente que se ha constituido importante en la región, evidenciada en el crecimiento de su producto interno bruto, que dentro del período 2000 – 2018 se reseña que:

Ha mantenido en promedio una tasa de crecimiento del 4,30% frente al promedio de la región (América del Sur) de 3,85% según datos del Banco Mundial. De esta forma se establece que el crecimiento económico del mercado turístico del Ecuador está enfocado hacia el progreso de una serie de decisiones que son significativas donde los productores de ingresos económicos han establecidos estrategias específicas para la obtención de resultados eficientes, con el fin de ser un país enfocado en el sector primario turístico a desarrollar el sector industrial y sobre todo el desarrollo del sector servicios varios (p. 2).

Hasta el año 2019 el mercado turístico del Ecuador experimentó un crecimiento constante registrando un total de 1'291.731 de llegadas internacionales, por lo que se constató un crecimiento del 4% con respecto al 2018. El mercado emisor en dicho periodo estuvo conformado por 235 diferentes países, en donde sólo 30 países registraron de 3.000 a 480.811 flujos, liderados por Estados Unidos, España, Colombia, Canadá, Alemania y Francia. Es importante destacar que la llegada por vía aérea de los visitantes al país creció un 7%, donde el 56.95% de los viajeros entraron al país por el Aeropuerto Mariscal Sucre de Quito y el 43% restante accedieron a través del Aeropuerto José Joaquín de Olmedo de Guayaquil (MINTUR, 2020a).

Los mercados priorizados en Ecuador según el boletín de rendición de cuentas del 2019 emitido por el MINTUR (2020b) se dividen en cuatro categorías o grupos, los mismos que responden a tres criterios que están alineadas a las principales fuentes de ingresos que son volumen, gasto promedio y estadía; los cuales se mencionan a continuación:

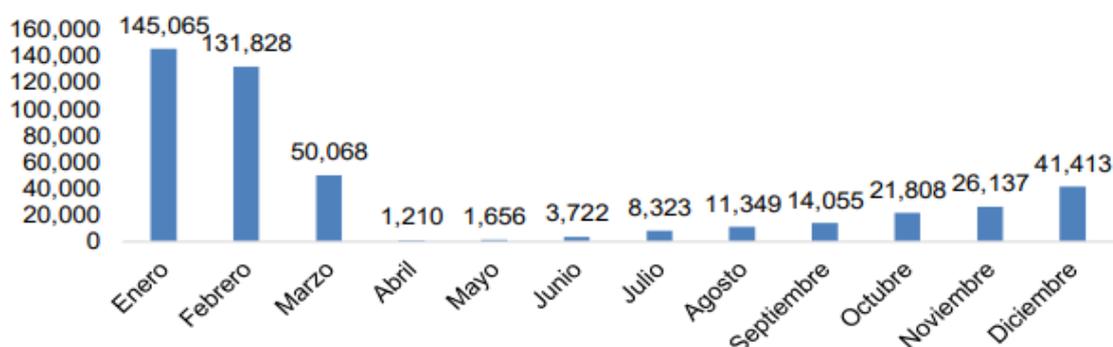
Mercados objetivo: Estados Unidos, Canadá, Alemania y Reino Unido; Mercados de mantenimiento: España, Francia, Bélgica, Italia, Holanda, Suecia y Suiza; Mercados naturales: Colombia, Perú, Argentina, Chile, Panamá y México; Mercados de oportunidad: China, Brasil, Australia, Japón e India (p.7).

A partir de las restricciones emitidas para afrontar el Covid-19 han evocado en el escaso desarrollo de la actividad turística, por lo que considerando las percepciones de Mori (2020) que las pérdidas fueron de alrededor de 200 millones de dólares. Lo que ciertamente frenó el crecimiento paulatino que había experimentado la actividad turística en el país antes de la pandemia, lo que se evidencia en la ocupación que ocupa el turismo como sexta fuente de ingresos no petroleros contribuyendo al PIB en un 1.2% con \$524'000.000, tras mantenerse hasta 2019 entre las tres primeras actividades económicas (MINTUR, 2021).

En publicación emitida por la Universidad Técnica Particular de Loja-UTPL (2020), se hace referencia que al considerar las afectaciones generadas por la pandemia del Covid-19 “en todo el mundo ha generado una gran cantidad de contagios y muertes, sino también por su gran impacto dentro de la economía turística de los países, efectivamente con estos antecedentes la productividad turística de Ecuador se ha visto disminuida” (p. 1).

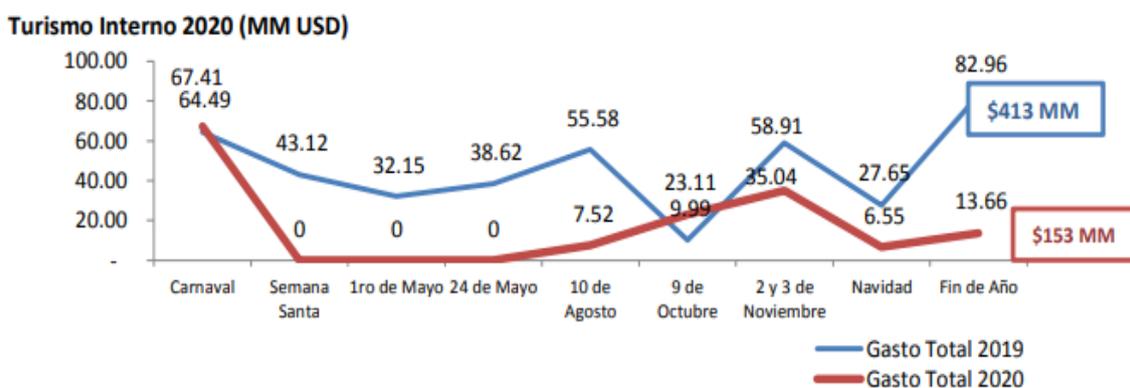
La investigación respalda que la disminución cerca de 450 mil visitantes internacionales, cuyas consecuencias se reflejan en el decrecimiento de los ingresos económicos que está bordeando entre USD 458 y USD 686 millones, afectando el ingreso de divisas por turismo internacional y propiciando un impacto negativo para 2020, cuya pérdida financiera llegó a terminar con los mercados turísticos en algunos países (UTPL, 2020).

Bajo ese panorama, el mercado emisor se redujo en un 70.2% y con ello decreció el número de llegadas internacionales a 456.634 en 2020, alcanzando un pico de 146.000 turistas mensuales antes del cierre de fronteras y el confinamiento, decayendo casi al 50% en marzo, donde los meses más bajos fueron hasta julio. Ya a partir de agosto se evidencia una ligera alza que fue gradualmente creciendo, mejorando en los dos últimos meses del año (ver figura 1) como resultado de las medidas de reactivación del sector turístico.

Figura 1.*Llegada de turistas a Ecuador en 2020*

Fuente: Elaboración propia a partir del MINTUR (2021).

Se mantienen varios mercados, aunque en menor proporción como los provenientes de Estados Unidos, Colombia, Chile, España, Canadá, Perú, Alemania, México y Argentina. Las contracciones en las cifras a los efectos de la emergencia donde se suscitaron decrecimientos de más del 65%. Por otro lado, como respuesta a la reactivación turística en 2020 se fortaleció el turismo interno registrando más de 153 millones de dólares en gasto (ver figura 2) a pesar de las disposiciones de movilidad emitidas por el órgano competente (MINTUR, 2021).

Figura 2*Flujo turístico interno en Ecuador en 2020*

Fuente: Elaboración propia a partir del MINTUR (2021).

Las proyecciones de recuperación para el sector en un principio son inciertas, Cabanilla et al. (2021) señalan que ello está sujeto a varios aspectos que varían en torno al reporte de menor número de casos de Covid-19, la flexibilidad de las

restricciones emitidas por las autoridades competentes, el manejo del destino en crisis, las medidas adoptadas respecto a la bioseguridad, así como la seguridad y fiabilidad de los destinos y empresas turísticas. Posteriormente, la reactivación dependía en gran medida del plan de vacunación y, sobre todo, la capacidad del sector en adaptarse a los cambios suscitados. Para el 2021 el sector se encuentra recuperándose progresivamente; sin embargo, ante esta crisis mundial sin duda alguna el sector turístico deberá seguir tomando acciones pertinentes para la mitigación de impactos mediáticos y reactivación del sector.

Por ello, el ente rector de la actividad a nivel nacional propuso tres áreas de reactivación que están en función de la salud, la protección de las personas y la respuesta económica de recuperación. Las dos primeras refieren sobre la implementación de medidas de bioseguridad y el último aspecto enfatiza la importancia del papel del turismo interno como estrategia de recuperación del sector (MINTUR, 2021). Entre tantas estrategias adoptadas, el impulso del turismo doméstico fue una de las que mayor éxito tuvo y que ciertamente coadyuvó a la reactivación paulatina en un 50%. Para terminar el año del 2021 se pretende alcanzar la reactivación del sector desde la perspectiva internacional en un 45%.

Precisamente el Ministerio de Producción, comercio exterior, inversiones y pesca destaca que la herencia de la emergencia por la Covid-19 se trata de un viajero más consciente desde la perspectiva de la demanda, mientras que para la oferta la respuesta radica básicamente en opciones que fusionan lo eco, lo agro, lo forestal y lo rural fundamentalmente (MPCEIP, 2021).

Lo que incita a que la oferta esté direccionada a mejorar, diseñar e implementar nueva infraestructura, productos y servicios que estén orientados hacia el turismo alternativo de manera esencial, teniendo en consideración de la decisión de compra está estrechamente vinculada a aspectos intrínsecos que giran en torno a la bioseguridad, demostrando la viabilidad de generar nuevas ideas de negocios que estén orientadas hacia el turismo de naturaleza, donde los servicios claves, haciendo mención especial al alojamiento, se apegue a las características del entorno y las tendencias, donde destacan las hosterías y ecolodge.

Ante ello, el sector debe reinventarse totalmente y caminar acorde a las tendencias ya que tras la crisis y la nueva normalidad el turismo se maneja de forma totalmente distinta, por lo que acorde a Becerra et al. (2021) es indispensable que del proceso de adaptación se transformen “aquellos aspectos los cuales tienen que ser mejorados, no solo por la situación de las crisis que se vive en la actualidad, sino que en forma general para permite mejorar el funcionamiento que se da en la industria turística de una forma integral y global”.

Se evidencia la imperiosa necesidad de trabajar y reorientar la oferta turística hacia los mercados claves identificados para así promover el desarrollo integral del turismo, en donde se estudie a la demanda para de esa forma crear productos y servicios de buena calidad acorde a los requerimientos y preferencias del mismo.

2.2 ESTUDIO DE MERCADO Y SU IMPACTO EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ.

Los procesos de gestión en los distintos sectores económicos de producción de bienes y servicios enfatizan la importancia de la ejecución de procesos de investigación de mercados que permiten valorar de forma integral las características de los usuarios de un producto, por lo que se enfatiza la necesidad en palabras de Fernández (2017) “pensar antes de actuar y estudiar antes de hacer” por lo que resalta la sincronía en propiciar un “sistema que sustente la búsqueda sistemática de la información para apoyar las tomas de decisiones de aquellos emprendedores que estiman la idea de iniciar un negocio” (p. 5).

Garrido (2018) define al estudio de mercado como “el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemática de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa” (p. 32).

Autores como Tobar (2019), precisan que el estudio de mercado “es una disciplina de enfoque sistémico y objetivo que nos permite recopilar, analizar e interpretar un cierto tipo de información para la toma de decisiones estratégicas y tácticas en la empresa” (p. 25), para lo cual se requiere la definición de técnicas

y la elaboración de instrumentos direccionados a conocer qué tipo de servicios o productos demanda el consumidor.

Para la implementación de cualquier emprendimiento o inversión es elemental la realización de un estudio de mercado facilita en gran medida la toma de decisiones, debido a que ayuda escoger la alternativa más acertada, aumentando ello su éxito y permitiendo concretar el perfil de los clientes potenciales (Fernández, 2017).

El turismo como actividad económica hace relevancia a los bienes y servicios que se encuentran disponibles en el destino que son destinados a satisfacer las necesidades y expectativas del visitante, ante este sistema económico

Garrido (2018) señala que el estudio de mercado, “es necesario en todo el proceso de diseño de un producto y en todo el ciclo de vida del mismo. Ya que la finalidad del estudio de mercado turístico es ayudar en la toma de decisiones” (p.32), siendo consecuente en orientar que este instrumento técnico permite generar proceso de cambios, adaptaciones de los destinos al mercado, por lo que propician procesos de análisis de la competitividad del producto con otros referidos al entorno o región.

Es importante además tener una visión clara cuando se señala que el mercado se encuentra establecido por el conjunto de personas con necesidades específicas de viajes y placer a satisfacer mediante un proceso de organizaciones creadas para satisfacerlas de forma inmediata, que interactúan alrededor de un determinado producto turístico, considerándose las motivaciones, deseos y necesidades de los individuos, el poder adquisitivo y el comportamiento de compra (Clavijo, 2015).

Según Campos et al., (2020) la actividad turística en el Ecuador se ha convertido en una alternativa para alcanzar el crecimiento económico, siendo considerada en la provincia de Manabí como “un ámbito positivo que permite la generación de empleo, la captación de divisas y el desarrollo eficiente de la región; por esta razón dentro de la provincia para lograr un óptimo desarrollo impera la necesidad de un turismo sustentable” (p. 3).

Desde la integralidad del contexto productivo en la provincia la actividad turística se ve complementada desde sus recursos naturales, culturales y humanos que permiten el fortalecimiento de aspectos relativos a la comunidad y su capacidad identitaria, que propicia el trabajo y acuerdo comunitario necesarios para diversificar los servicios y la infraestructura necesaria para el desarrollo sostenibles de los entornos rurales.

2.2.1 VARIABLES Y ETAPAS DEL ESTUDIO DE MERCADO TURÍSTICO.

El estudio de mercado comprende un proceso de investigación que requiere de la compilación y sistematización de la información recabada, ante ello, Morán (2016), sustenta desde sus aportes que el estudio de mercado en el sector turístico comprende las siguientes etapas: “primero se define el problema, segundo se establece un método, tercero define el proyecto de investigación de mercados, cuarta se desarrolla la recolección de datos, quinta se tabulan y analizan, sexta se redacta y muestra un informe final” (p.17), los autores precisan la importancia de estos componentes ya que sus resultados son usados para tomar determinaciones en el marketing.

Garrido (2018) enfatiza que por “la complejidad de la actividad turística demanda que la recopilación de información sea parametrizada, cuantificada y esquematizada de manera objetiva y fácil de analizar a fin que los resultados permitan determinar las decisiones de las acciones a llevar a cabo” (p. 32). Por ello la autora se enfoca en determinar los aspectos turísticos relevantes que deben considerarse en un estudio de mercado como son:

Nuevos enfoques de marca; fidelidad, calidad y satisfacción del turista; percepción de la imagen por parte del turista; posicionamiento en el mercado; ayuda en la segmentación de mercado; permite el análisis de precios, tanto en la sensibilidad como en la elasticidad; estudio de las variables del consumo y análisis del comportamiento del comprador, georeferencias de los compradores; análisis de la publicidad o de campañas realizadas, tanto en su alcance como en su impacto sobre la marca (p.35).

Entre los aspectos de mayor relevancia se direcciona los aportes de Tobar (2019) cuando señala que el estudio de mercado “busca organizar, recopilar e interpretar datos sobre información que permita conocer las preferencias, nivel de consumo y motivaciones a la hora de comprar ciertos productos, lo cual brinda a las empresas desarrollar nuevos productos en el mercado nacional e internacional” (p. 29).

La recopilación de información relevante y real se convierte en uno de los objetivos del estudio de mercado, convirtiéndose en un instrumento esencial en el desarrollo de productos turísticos direccionados de manera imparcial a identificar las características esenciales de los consumidores a fin de contribuir en la oferta local cuyos servicios sean complementarios y diferenciadores a los requeridos en el territorio.

2.3 CONCEPTUALIZACIONES DE LA DEMANDA Y LA OFERTA TURÍSTICA.

El mercado turístico comprende el punto de encuentro que promueve la oferta y demanda para la venta de un determinado producto turístico junto a la estructuras y superestructuras intervinientes al mismo, este sistema da integralidad a la estructura de producción de los servicios que se ofertan y a la vez permite identificar a los consumidores que requieren la satisfacción de sus necesidades e intereses.

Son muchos los autores que han determinado los términos de demanda y oferta, pero considerando el sector turístico, se considera el trabajo de Morán (2016) quien define que “la oferta turística son todos los servicios que se ofrecen a los turistas, siendo estos los restaurantes, agencias de viajes, operadores turísticos, agencias de transporte, aerolíneas, alojamientos” (p. 18), precisando los autores que estos son determinados por los intereses de la demanda turística definiéndola como “los turistas que llegan a un sitio determinado, siendo consumidores reales de los servicios” (p. 18).

Desde los aportes de Garrido (2018) se considera que la oferta turística tiene dos puntos de vista, ya que se encuentra establecida “desde el punto de vista del destino ofrece al consumidor distintas opciones de lugares donde realizar un

desplazamiento por motivaciones turísticas; y, desde el punto de vista del producto se refiere a la experiencia del consumidor en el propio destino (p.30).

El autor señala que la demanda turística es el conjunto de turistas o viajeros que se desplazan a un determinado lugar con la finalidad de consumir aquellos servicios que están a su disposición, por lo que reafirma que la demanda es aquella que requiere el consumidor como consecuencia de una necesidad no satisfecha. (Garrido, 2018, p.31).

El análisis de la demanda y oferta turística es relevante para conocer las preferencias del público consumidor y ante ello, desarrollar una oferta de servicio que promueva elementos diferenciadores, aspectos que son esenciales para determinar la tipología de producto necesario en el territorio y propiciar la gestión en la inversión del mismo.

2.3.1 DEMANDA TURÍSTICA EN MANABÍ

En este apartado se da relevancia al contexto de la demanda turística desde el territorio provincial y cantonal, donde en primera instancia Bravo y Zambrano (2017) establecen desde sus aportes que la demanda turística en Manabí está direccionada a “un segmento de personas adultas con criterios específicamente formados que vienen a disfrutar de un área natural, el producto se lo puede promocionar a personas solteros y casados con una instrucción universitaria, que viajan con amigos o parientes” (p. 59), se enfatiza que esta tipología de turistas posee conocimiento previo sobre el territorio rural de la provincia, por lo que se encuentran motivados a desarrollar actividades relacionadas al ecoturismo, turismo rural y turismo de aventura, con especial interés en el agroturismo.

Acorde a Barreiro (2018) con respecto a la variable demográfica de los visitantes de la provincia expone que un 83.6% son ecuatorianos y un 16.4% provienen del extranjero, por lo que evidentemente prepondera el turismo interno, siendo los nacionales su mercado principal y tradicional, seguido de colombianos, venezolanos, estadounidenses, holandeses, alemanes, franceses, argentinos, chilenos, cubanos e italianos. Mientras que el flujo interno está representado por mercados provenientes de la misma provincia del Pichincha, Guayas, Cotopaxi, Azuay, Loja, Imbabura, entre otras. Demostrando que lo que mueve el desarrollo

de la actividad son los flujos internos, siendo éste un indicador a tener en consideración para estructurar una oferta nacional que refuerce este mercado, así como alinear acciones para captar más llegadas internacionales.

Álava (2018) sostiene que en lo relacionado al comportamiento del turismo interno (ver Tabla 1), precisa que más de la mitad de los visitantes nacionales hacen turismo de playa (55,8%), una cuarta parte del segmento hace turismo de naturaleza (23,3%), un bajo porcentaje realiza turismo de aventura (15,9), un porcentaje reducido realiza turismo cultural (4%), y el turismo de diversión que evidencia (1%). Evidenciando que el turismo doméstico se declina por la oferta y modalidad de turismo y playa fundamentalmente, ligado a otros aspectos como el turismo natural.

Tabla 1.

Comportamiento turístico nacional en Manabí.

	PLAYA		VIDA NOCTURNA		AVENTURA		CULTURA		NATURALEZA		TOTAL	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.		Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Quito	15000	15,6	1000	1	3000	3,1	1000	1	3000	3,1	23000	24
Ambato	8000	8,3	-	-	2000	2	-	-	2000	2	12000	12,5
Cuenca	3000	3,1	-	-	1000	1	-	-	1000	1	5000	5,2
Cañar	700	0,7	-	-	150	1,15	-	-	150	1,15	1000	1
Bolívar	800	0,8	-	-	100	1	-	-	100	1	1000	1
Latacunga	3000	3,1	-	-			-	-	-	-	3000	3,1
Guayas	13000	13,5	-	-	6000	6,25	-	-	6000	6,25	25000	26,1
Santa Elena y Salinas			-	-	1000	1	1000	1	8000	8,3	10000	10,4
Santo Domingo	10000	10,4	-	-	2000	2	2000	2	2000	2	16000	16,7
Total	53500	55,8	1000	1	15250	15,9	4000	4	22250	23,3	96000	100

Fuente: Entrevista a directivos del Ministerio de Turismo, Medio Ambiente, Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Manabí.

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador (2017)

Desde los estudios de Barreiro (2018) afirma que las formas de turismo preponderante en la provincia corresponden al sol y playa y al de naturaleza, donde uno es más demandado por el turismo nacional y el otro por la demanda extranjera, corroborando los datos expuestos por el MINTUR.

La autora destaca flujos de visitantes guardan relación con la estacionalidad del destino, manifestando que las llegadas fluctúan entre los meses de mayo a octubre, siendo considerados de temporada alta, siendo importante mencionar que en esta temporalidad se manifiestan las ballenas jorobadas y la región Sierra tiene vacaciones; por otro lado, la temporada baja se da con el decrecimiento en los índices de visitación que se propicia en los meses de noviembre y abril.

Cabe resaltar que, en los diferentes feriados como Navidad, Año Nuevo, Día de los Difuntos, Carnaval, entre otros. Seguidamente, en la Tabla 2 se exhiben características que conforman los dos segmentos de demanda según las motivaciones detectadas que definen a los turistas manabitas:

Tabla 2.

Perfil de los visitantes acorde a los segmentos.

VARIABLE	ASPECTO	TURISMO FAMILIAR	TURISMO DE NATURALEZA
Características demográficas	Nivel de instrucción	Han finalizado los estudios primarios y secundarios en un 40%	Nivel es estudio completado universitarios en un mayor porcentaje
	Ocupación	La mitad trabajan de forma independiente en sus emprendimientos y el resto en el sector público mayoritariamente	Trabajan para la empresa privada como ocupación en un gran porcentaje
Características del viaje	Compañía	Realizan sus viajes en grupos de amigos y de familiares	Viajan en grupos organizados
	Motivación	Le motiva principalmente visitar familiares y amigos, el patrimonio cultural e histórico, poder ir a la playa, cercanía al lugar de residencia	Son sus motivaciones el turismo de naturaleza, el paisaje, disponibilidad de recursos, senderismo, al igual que visitar familiares y amigos.
Relación con el producto o servicio	Estancia	Permanecen en el destino de 3 a 6 noches	La duración del viaje llega hasta 2 noches, resaltando también la excursión en esta variable
	Alojamiento	Mayoritariamente se alojan en hoteles, así como también en casa de familiares y/o amigos	Hacen el alojamiento en hosterías, ecolodge, hostales, hoteles y casas de familiares indistintamente
	Reserva	Generalmente reservan directamente o no lo hacen	La mayoría hacen reservas o no
	Frecuencia	La mayoría ha visitado Manabí en anteriores ocasiones	Un gran porcentaje visita por primera vez Manabí

	Gasto	Gastan menos	Gastan más
Evaluación del destino		Hacen una mejor valoración general del destino en su conjunto, haciendo relación precio/calidad de los servicios, al igual que le dan a la seguridad y el ambiente	Emiten una valoración menos satisfactoria del destino relacionada a la limpieza y otros. Pese a ello puntúan mejor el ambiente, los recursos naturales, la naturaleza, así como los servicios asociados en el destino.
Fidelidad		El 100% muestra fidelidad al destino	En un 97.6% eligió volver nuevamente

Fuente: Elaboración propia

En Manabí el flujo de demanda turística en los últimos años ha sufrido variaciones debido a diversos factores varios como la crisis económica, el sismo telúrico del 16 A y la actual pandemia por Covid-19. Por lo que, por ello, presentando una tendencia irregular desde 2010 hasta el 2021, donde ciertamente el año 2020 al igual que el resto del sector turístico a nivel mundial experimentó una de los decrecimientos más abruptos después del terremoto del 2016 que redujo al 60% las llegadas de visitantes que ha generado pérdidas económicas significativas

Ciertamente, la crisis actual acorde a Ortega (2022) ha cambiado las reglas del juego del sector turístico cambiando en su totalidad el comportamiento de consumo y producción en los servicios. En efecto, el perfil de la demanda interna varió significativamente según el MINTUR (2021), donde desde la nueva normalidad predominaron las visitas de adultos y adultos-jóvenes solteros mayoritariamente y con empleo que pre pandemia viajaban 2 a 3 veces año con familiares y que durante la Covid-19 viaja en compañía de la familia a destinos costeros en el que un porcentaje considerable indicó que podría pernoctar en el destino de 2 a 4 noches y, otros encuadrados como excursionistas realizan viajes de ida y vuelta.

Las proyecciones de la demanda turística apuntan a que destinos de la provincia, y en especial, en el caso del cantón Bolívar deben direccionar estrategias para construir una oferta atractiva para la demanda siguiendo las tendencias generadas que permitan desarrollar el turismo cantonal y provincial consolidando el turismo interno y atrayendo a mercados nacionales e internacionales. Donde los servicios turísticos claves como la hotelería acorde a Álava (2018) y a la Revista Ekos Negocios (2014) necesitan establecimientos de alojamiento de

calidad que respeten el paisaje rural así como el entorno y que manejen de forma eficiente los recursos para reducir impactos negativos resultado de la actividad favoreciendo a la comunidad local como en el caso de las hosterías y ecolodge, ya que según Ortega (2020) la tendencia indica que “los consumidores son conscientes que las compras afectan el medio ambiente, realizando cambios en sus conductas de compra y apoyan a las empresas en estrategias ecológicas” (p.3).

2.3.2 OFERTA TURÍSTICA EN BOLÍVAR

La actividad turística se ve influenciada por diversos factores, donde evidentemente el medio geográfico es uno de los elementos de mayor influencia respecto a las preferencias de la demanda y en el desarrollo de la oferta, que a medida del tiempo se van consolidando como tendencias, las cuales pueden permanecer o bien cambiar vertiginosamente. Ante ello Molina et al. (2021), precisa que “cuando las modalidades son populares, la oferta se va convirtiendo en tendencia, la cual es aprovechada por sus características y son muy llamativas para los mercados” (p. 15) siendo este aspecto el responsable de delinear un nuevo escenario que responda a las necesidades actuales del mercado turístico, que se caracteriza como arduo y totalmente complejo, desde los servicios y las modalidades turísticas.

Ante ello, es importante pensar que los distintos sectores de la sociedad tienen sus propios intereses cuando se encuadra en poner en marcha un determinado modelo turístico de desarrollo, ya que de allí se identifican las necesidades de mejoras de los distintos emprendimientos turísticos, a partir de la necesidad de aplicar regulaciones que garanticen el control de la calidad de servicio que se debe ofertar a los visitantes.

Por lo que es imperativo la utilización óptima de estrategias administrativas y financieras, que permitan fortalecer socioeconómicamente el turismo en Manabí por medio de estudios de mercado que se constituyan una pauta la generación, rediseño y adaptación de la oferta turística acorde a las necesidades, preferencias y requerimientos de la demanda. Ya que precisamente, los carentes estudios realizados al mercado antes, durante y después del consumo turístico

son uno de los factores que han limitado el mejoramiento de la oferta local y, por ende, su desarrollo, situación que acorde a Barreiro (2018) no sólo se da en la provincia, sino que se suscita a nivel nacional.

La oferta de productos del sector turístico de Bolívar y especialmente en la zona rural se caracteriza desde la perspectiva de varios referentes como nula ya que no se han implementado productos debidamente conformados a causa de varias limitaciones entre las que se destacan la falta de proyección de los agentes claves tanto públicos como privados para diseñar en base a las potencialidades y al mercado productos atractivos, por otro lado impera en la zona rural el desconocimiento de los beneficios del desarrollo de la actividad turística que ha impedido que surjan ideas de negocios así como actividades en torno al turismo.

Lo que en conjunto, partiendo de la premisa de que un producto se conforma de varios elementos entre los que destaca la infraestructura de servicios vinculados al turismo, otros de carácter básicos así como complementarios, las facilidades turísticas y la accesibilidad entonces se corrobora la ausencia de productos en el cantón, especialmente respecto al tema de servicios turísticos ya que la planta es deficiente en la zona rural, puesto que el número limitado de establecimientos se sitúa dentro del casco urbano de Calceta.

Ello se traduce en un avance grande para el sector turístico rural de Bolívar que ha ganado terreno en el ámbito, que proyectándose a futuro puede efectivamente posicionarse dentro del mercado. Ya que pasó de una oferta nula a una donde de poco se está conformando un producto turístico, de carácter alternativo, donde se han estado implementado actividades recreativas que tienen lugar en el Puerto Esperanza, así como de facilidades turísticas, operación y establecimientos de servicios de alimentación aunque claramente se debe incentivar a la generación de mayor establecimientos de hotelería que vayan acorde a las características del lugar como las hosterías, ecolodge, camping y hospedaje en fincas esencialmente.

En efecto, como resultado de la pandemia la oferta turística acorde al MINTUR (2020) “se puede pensar en opciones que fusionan lo eco, lo agro, lo forestal y lo rural” (pág. 3); lo que conlleva a que las zonas rurales del país delineen

estrategias para la creación de productos que aglutinan estas modalidades y se apeguen a los requerimientos actuales de la demanda turística post Covid-19. Por lo que, la reactivación del sector si bien depende de factores como las medidas dispuestas por los órganos competentes, la facilidad de viajes o la vacunación rápida a la población (Cabanilla, et al., 2020) también está sujeto a como tan bien el sector se adapta a las nuevas circunstancias y genera ideas innovadoras en torno a las tendencias.

El cantón Bolívar no ha sido ajeno a estos efectos debido a que el sector turístico ha sido afectado, varios establecimientos de alimentos y bebidas han sido cerrados. Pese a ello, el flujo de turistas se recupera de manera lenta gracias al turismo local, el cual está brindando un aliciente a muchos de los emprendimientos, debido a que es el primero que empieza a notar signos de recuperación.

En este contexto, el sector turístico rural puede convertir esta amenaza en una oportunidad, a través de la adaptación de las tendencias expuestas con anterioridad y a la nueva realidad orientado la oferta hacia la fusión de productos turísticos que integren diversas modalidades de tipo alternativo que respondan a las necesidades de la demanda y de los locales mediante estrategias óptimas que conlleven a mejorar la infraestructura de servicios turísticos en especial del alojamiento a través de creación e implementación hosterías y ecolodge, accesibilidad y marketing fundamentalmente.

2.3.3 IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Autores como Navarro (2015) recalcan la importancia de los atractivos turísticos en el desarrollo del sector ya que considera que “el turista determina por elección específica el destino de su viaje, siendo los que generan una corriente turística hacia su localización específica. Dichos productos generan una acción - visita por parte del turista para conocer nuevos lugares y satisfacer sus motivaciones” (pág. 19).

De igual forma Boullón (2006) profundiza en este concepto cuando señala que “los productos turísticos se encuentran conformados por la «materia prima» porque permite que la planta turística (equipamiento e instalaciones) opere de

forma efectiva” (p.38), por lo que el autor expresa la importancia que tiene que un producto turístico comprende un conjunto de características propias a fin de constituirse en un destino que motive el desplazamiento temporal de los visitantes.

En sí mismo el producto turístico es considerado como el conjunto esencial de elementos tangibles e intangibles que permiten caracterizar a una actividad específica, hacia un determinado destino, que se combinan específicamente para brindar al turista una experiencia durante su viaje, ante ello Hernández (2014) integra los siguientes elementos: atractivos turísticos, facilidades turísticas, infraestructura, desarrollo de la idea, desarrollo del concepto, diseño del producto, organización y gestión del producto.

En aportes realizados por Ochoa et al. (2015), recalca la necesidad de contrastar el diseño de los productos turísticos en relación a los tipos de mercados, indicando que “pueden atraerse y debe por tanto buscarse la forma específica conveniente para satisfacer las expectativas de los consumidores, sin embargo, no debe adecuarse individualmente a sus mercados hasta el punto de crear problemas ambientales o sociales locales” (pp. 12), siendo un aspecto esencial ya que en caso de no considerarse puede generar problema en la sostenibilidad de la producción turística en el contexto.

Siendo un aspecto clave para el desarrollo del sector turístico en una localidad determinada, es la adecuación entre mercados y productos turísticos, de esta manera al identificar la relación debe lograrse dentro de un marco específico que conlleve a una implementación equilibrada y sostenible que potencie los beneficios de las comunidades receptoras, por ello se realizan estudios de mercados para determinar la viabilidad de un producto antes o durante su lanzamiento (Gascón y Cañada, 2016).

El turismo no es considerado un fenómeno estático, dado que existen distintos productos o tipos de turismo que han surgido en función de motivación, actividades y lugar en que se realizan. En Ecuador se reconocen el siguiente grupo de productos turísticos como se exponen a continuación en la Tabla 3:

Tabla 3.*Tipología de los productos turísticos.*

PRODUCTO	VARIANTES	PRODUCTO	VARIANTES
Circuitos generales	Circuitos generales	Ecoturismo y turismo de naturaleza	Parques nacionales
Sol y playa	Sol y playa		Reservas y bosques privados
Turismo comunitario	Turismo comunitario		Ríos, lagos, lagunas y cascadas
Turismo cultural	Patrimonios naturales y culturales	Turismo de deporte y aventura	Observación de flora y fauna
	Mercados y artesanías		Deportes terrestres
	Gastronomía		Deportes Fluviales
	Shamanismo	Deportes aéreos	
	Fiestas populares	Deportes acuáticos	
	Turismo religioso	Turismo de salud	Termalismo
	Turismo urbano	Medicina ancestral	
	Turismo arqueológico	SPA's	
	CAVE, científico, académico, voluntario y educativo	Agroturismo	Haciendas, fincas y plantaciones
	Haciendas históricas	Turismo de convenciones y congresos	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias
Parques temáticos	Parques temáticos	Turismo de cruceros	Cruceros

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador (2007)

El turismo en la provincia es un referente para su desarrollo, de acuerdo con Somos Manabí (2018), para que la actividad turística en Manabí crezca positivamente es necesario en primer lugar detallar una base de atractivos turísticos actualizada, naturales y fabricados, infraestructura específica, servicios y accesos turísticos, todos de primera calidad inmediata, así como también se evidencia la necesidad de conformar una oferta atractiva en base estudios de mercado pertinentes.

De esta forma Manabí posee un portafolio importante de productos turísticos, algunos productos elaborados y cierta gestión comercial efectiva aún incipiente con un gran potencial en el diseño y desarrollo de la producción turística. Cabe señalar que para ello se requiere de una planificación estratégica consensuada y de la suficiencia de la inversión económica; considerando estos elementos como punto de partida sobre el cual se debe plantear la creación de una conciencia turística en todos los niveles de la sociedad y del país, siendo

requerido que desde el gobierno se establezcan políticas públicas que viabilicen el contingente de inversiones con las zonas identificadas como idóneas para estructurar productos turísticos competitivos.

Acorde al MINTUR (2020) en la provincia se encuentran inventariados 370 atractivos turísticos, de los cuales 191 se encuadran dentro de lo natural y los 171 restantes se caracterizan como manifestaciones culturales.

Denotando con claridad el potencial de la provincia vinculado al turismo alternativo, dada sus rasgos distintivos naturales y paisajísticos. Pese a ello, la oferta turística en la provincia se considera como deficiente puesto que a nivel nacional se reconocen 10 productos que se concentran en la parte costera en cantones como Puerto López, Montecristi, Manta, Sucre, Pedernales fundamentalmente, los cuales están vinculados a las 6 líneas tipológicas determinadas por el MINTUR citado por Barreiro (2018) y que se precisan en la tabla 4:

Tabla 4.

Productos turísticos según el MINTUR en Manabí.

PRODUCTOS TURÍSTICOS EN MANABÍ DENTRO DEL PLANDETUR 2020	
LÍNEA DE PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
Turismo de Sol y Playa	-Ruta del Spondylus
Turismo Cultural	-Montecristi, la tierra del sombrero de paja toquilla.
Ecoturismo y Turismo de Naturaleza	-Bahía de Caráquez, la experiencia de una eco-ciudad -Parque Nacional Machalilla, el Mar y el encuentro con la historia -Puerto López, observación de ballenas jorobadas -Reserva Ecológica Mache Chindul
Turismo de Deportes y Aventura	-Isla de la Plata: trekking, observación de aves, observación de ballenas, buceo -Manta: pesca deportiva
Convenciones y Congresos	-Manta, ciudad-puerto de entrada de crucero
Turismo de CruCeros	Manta, ciudad-puerto de entrada de cruceros

Fuente: MINTUR como se citó en Barreiro (2018)

Ahora bien, a nivel provincial los esfuerzos por la estructuración de productos turísticos por los agentes claves se caracterizan como deficiente, puesto que sólo se han trabajado 5 productos provinciales bajo la denominación de rutas

turísticas que comprenden varios cantones, sin embargo, sólo uno está posicionado a nivel nacional mientras que el resto carece de operativización y comercialización adecuada. Los mismos que se exhiben en la tabla 5:

Tabla 5.

Productos turísticos de Manabí

PRODUCTOS TURÍSTICOS DE MANABÍ	
NOMBRE DE PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
Ruta del Colibrí	Nace en el cantón Puerto López y comprende 12 km de extensión. La oferta está dirigida al ecoturismo, con actividades enfocadas a la observación de flora y fauna, especialmente de aviturismo.
Ruta del Cacao	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
Ruta del Encanto	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.
Ruta de los Abuelos	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.
Ruta del Spondylus	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: Gobierno Provincial de Manabí como se citó en Barreiro (2018)

Como se visibiliza, en la cartera de productos turísticos manabitas identificados por el MINTUR, así como Gobierno Provincial de Manabí están alineados al turismo alternativo, a excepción del turismo de sol y playa, el turismo de congresos y cruceros. Por lo que ciertamente ello reafirma la potencialidad y vocación turística de la provincia, a pesar de que la oferta operativa de la mayor parte de dichos productos, como es el caso de las rutas, no están operando con normalidad. Sin embargo, tras la pandemia por el Coronavirus estas rutas empezaron a tener reconocimiento y recibir flujos nacionales y locales por lo que las autoridades competentes actualmente están preocupadas en consolidarlas para así presentar una oferta acorde a las necesidades de la demanda y acorde a las tendencias, para hacer de Manabí un “destino responsable” (Gobierno Provincial de Manabí, 2021).

Por lo que, se identifica de forma generalizada que Manabí es una provincia que, a pesar de no poseer una oferta variada y consolidada en torno al turismo alternativo, especialmente sobre turismo rural, ecológico y de naturaleza, posee de cara a sus atractivos el potencial en esta modalidad. En consecuencia, es necesario que se articulen esfuerzos entre el sector público, privado y la academia para crear y readaptar la oferta orientada a las tendencias y necesidades que se presentan en el mercado turístico en el contexto de la nueva normalidad resultante de la pandemia Covid-19.

Por otro lado, Bravo y Zambrano (2017), resaltan datos consolidados desde el Ministerio de Turismo, donde indican que la oferta de la infraestructura turística está constituida por “los servicios de hotelería y restaurante, se constituyen en uno de los ejes más importantes para el desarrollo en Manabí, el catastro turístico llevado a cabo por el Ministerio de Turismo, determina que existen 1.811 establecimiento turísticos en la provincia” (p. 54).

Los datos proporcionados por las autoras amplían que del total de los establecimientos mencionados 637 corresponden a alojamiento de diversos tipos y categorías, 974 son establecimiento que expenden comidas y bebidas, 101 son agencias de viajes y operadores turísticos, 93 centros de recreación, diversión y 6 transportes marítimo y Fluvial (Bravo y Zambrano, 2017).

Ciertamente, la oferta de servicios rurales es deficiente como resultado de la inefectiva operativización y desarrollo de los productos manabitas puesto que la mayor parte de infraestructura turística se concentra en la franja costera de la provincia mientras que al interior del territorio es mínimo el número representativo de establecimientos turísticos (Barreiro, 2018).

Por lo que Cabanilla et al (2020) aclara que ello no sólo encaró e hizo más palpable las carencias en el ámbito de turismo rural en la provincia, sino que, en todo el país, demostrando que a pesar del auge del turismo alternativo como tendencia por la Covid-19, el sector no estaba preparado con servicios acordes pese a la existencia de atractivos de carácter natural.

Lo que lleva a reflexionar que la provincia de Manabí como destino debe diseñar y adaptar la oferta en concordancia con la vocación del territorio

fundamentalmente, así como teniendo en consideración las tendencias impuestas en el mercado que representan una oportunidad para el sector turístico rural, convirtiéndose en un factor que coadyuvará al desarrollo y reactivación en todos los ámbitos.

Instando además a la creación de emprendimientos que presten servicios en áreas rurales, con todas las medidas de bioseguridad, para que la oferta de productos sea integral y responda a las exigencias de la demanda actual.

2.4 CARACTERIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

Antes de abordar sobre la temática que gira en torno al sector hotelero, es pertinente precisar que el sistema turístico se compone de cuatro elementos según lo expuesto por la OMT (1995), ente rector de la actividad turística, los cuales son: la demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operados de mercado. Aunque si bien es cierto, toda actividad económica debe fundamentarse en la oferta y la demanda, el turismo al ser un servicio requiere de características y condiciones mucho más especiales que otros segmentos para que sea de calidad.

Dentro de la oferta se encuentra el hotelería, la misma que surgió paralelo al desarrollo del turismo y ha evolucionado conjuntamente en gran medida a través de la historia se ha posicionado como piedra angular de valor trascendental en la cadena. Ciertamente, en la actualidad este sector ofrece productos y servicios a nivel mundial, siempre buscando la satisfacción de sus clientes y el cumplimiento de sus expectativas al lograr la excelencia en la calidad del servicio que ofertan, por tanto, éste se constituye como uno de los subsectores con mayor participación y dinamismo dentro de la actividad que ha experimentado un crecimiento vertiginoso (D´ Meza et al., 2016).

El término alojamiento posee diversas definiciones según las perspectivas de los autores, hacen referencia a un servicio de pernoctación en una infraestructura acondicionada que se pone a disposición de los demandantes por una cantidad monetaria fija (Ritondo y Pérez, 2013; Peralta, 2015; la Real Academia Española, 2016; Martínez, 2016; Coriolano, 2017).

En Ecuador de acuerdo con el Reglamento de Alojamiento Turístico del 2015, sustenta en su artículo 1 que "... actividad turística puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros, para lo cual se considerarán los requisitos correspondientes a su clasificación y categoría, ..." (p.3).

En base a lo planteado con anterioridad, se deduce que el sector hotelero del país, como el resto de las actividades está normado por un marco legal que regula su operación, a través del Reglamento de Alojamiento Turístico, donde se determinan los lineamientos generales sobre los cuales debe someterse para su desarrollo desde la definición de términos específicos, la pertinente clasificación del sistema y su categorización, así como otros aspectos relacionados al servicio. En dicho documento, se presenta la clasificación del alojamiento ecuatoriano en donde se distinguen nueve tipologías con su respectivo nivel de categorización acorde a estipulado en el cuerpo, como se expone a continuación:

Tabla 6.

Clasificación hotelera según el Reglamento de Alojamiento Turístico.

Clasificación	Nomenclatura	Características	Categoría
Hotel	H	Cuenta con instalaciones para ofrecer servicios de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado. Cuenta con servicios de alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar mínimo con 5 habitaciones.	2 estrellas a 5 estrellas
Hostal	HS	Cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas compartidas con cuarto de baño y aseo privado o compartido, según la categoría, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo; puede prestar servicios de alimentos y bebidas a sus huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con 5 habitaciones	1 estrella a 3 estrellas
Hostería	HT	Cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, puede ocupar la totalidad del inmueble o parte independiente del mismo; presta servicios de alimentos y bebidas. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.	3 estrellas a 5 estrellas
Hacienda Turística	HA	Cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto	3 estrellas a 5 estrellas

		directo con la naturaleza y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.	
Lodge	L	Cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría. Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje. Utiliza materiales locales y diseños propios de la arquitectura vernácula de la zona en la que se encuentre y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.	3 estrellas a 5 estrellas
Resort	RS	Es un complejo turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, que tiene como propósito principal ofrecer actividades de recreación, diversión, deportivas y/o de descanso, en el que se privilegia el entorno natural; posee diversas instalaciones, equipamiento y variedad de servicios complementarios, ocupando la totalidad de un inmueble. Presta el servicio de alimentos y bebidas en diferentes espacios adecuados para el efecto. Puede estar ubicado en áreas vacacionales o espacios naturales como montañas, playas, bosques, lagunas, entre otros. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.	4 estrellas a 5 estrellas
Refugio	RF	Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas y/o compartidas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido; dispone de un área de estar, comedor y cocina y puede proporcionar otros servicios complementarios. Se encuentra localizado generalmente en montañas y en áreas naturales protegidas, su finalidad es servir de protección a las personas que realizan actividades de turismo activo.	Categoría única
Campamento Turístico	CT	Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre. Dispone de facilidades exteriores para preparación de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área.	Categoría única
Casa de huéspedes	CH	Establecimiento de alojamiento turístico para hospedaje, que se ofrece en la vivienda en donde reside el prestador del servicio; cuenta con habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno y/o cena) a sus huéspedes. Debe cumplir con los requisitos establecidos en el presente Reglamento y su capacidad mínima será de dos y máxima de cuatro habitaciones destinadas al alojamiento de los turistas, con un máximo de seis plazas por establecimiento. Para nuevos establecimientos esta clasificación no está permitida en la Provincia de Galápagos.	Categoría única

Fuente: MINTUR (2015)

Por otro lado, el desarrollo del sector se ha visto influenciado por cambios socioculturales de la mano de otros aspectos que han propiciado su desarrollo; según Vargas (2018) en diez años la industria ha experimentado un crecimiento sostenido del 17,7%, pasando de una cifra de alrededor 170.000 a más de 184.299 establecimientos dedicados al alojamiento. Sin embargo, este sector,

así como todas las actividades económicas a nivel mundial se vieron sumamente afectadas por la emergencia sanitaria por la pandemia del Covid-19, donde acorde a Pinargote y Loor (2021) la crisis como resultado de las restricciones de viajes redujeron los movimientos turísticos en un 98% así como la prohibición de operación y luego la reactivación lenta a causa por el temor de infección y demás desestabilizó por completo al sector hotelero.

En los últimos datos señalados por el Ministerio de turismo (2020) señala que “a nivel nacional existen 5,498 establecimientos de alojamiento, de los cuales 42 son de lujo, 708 de primera categoría, 1,682 de segunda categoría, 2,985 de tercera categoría, 56 de cuarta categoría y 25 de categoría única predominando hoteles y hostales”, estos datos permiten establecer que en el sector hotelero en Ecuador constituye una de las actividades ocupacionales encuadrada dentro de la categoría de servicios con mayor participación en el ámbito económico del país que ha experimentado un auge vertiginoso en los últimos años.

Al igual que a nivel mundial, la pandemia provocó una fuerte inestabilidad en el alojamiento ecuatoriano, que conllevó al cierre definitivo o cese temporal de las empresas, constatándose lo expuesto en Mendieta y Zambrano (2021) donde se refleja que las pérdidas de la industria van desde el 50 al 80%, especialmente en medianas y pequeñas empresas debido a la ocupación inferior al 12% de su capacidad, estimándose pérdidas que “en promedio ascienden a \$32.716,00 durante el primer trimestre del año” (Becerra et al., 2021, p. 213).

A pesar de ello, la industria no ha decrecido en relación a la infraestructura, sino que más bien se ha mantenido e, inclusive, ha aumentado dado que acorde a datos del MINTUR (2021) antes de la Covid-19 estaban registrados 4.153 establecimientos contando con 81.476 habitaciones en territorio que en su conjunto representaban una capacidad de 182.657 plazas, mientras que, en 2020, año en el que se inició el confinamiento, se registraron 4.211 empresas de alojamiento con 82.619 habitaciones y plaza para 183.694 huéspedes, que para el 2021 se presentó un crecimiento 4.326 unidades con 84.372 habitaciones y plaza para 189.150 demandantes.

En efecto, a raíz del 2019 al 2021 en el periodo del confinamiento y a lo que se

denomina “la nueva normalidad” se crearon 115 establecimientos nuevos, por lo que a pesar de las limitaciones el sector hotelero creció el 1.15%. Y es que precisamente, las acciones de reactivación que permitieron la operación con los debidos protocolos, cumplimiento de aforo y medidas de bioseguridad hicieron que la tasa de ocupación pasara del 3% al 45% mensualmente de forma paulatina (El Comercio, 2020). Corzo y Guatibonza (2020) plantean que la recuperación efectiva y total del sector está sujeta a diversos factores, entre los que destaca especialmente, la adaptabilidad y la capacidad de cambio en función al surgimiento de las tendencias producto de la Covid-19.

Ciertamente, las tendencias de turismo y en especial aquellas orientadas hacia el hospedaje denotan preferencia sobre los destinos y empresas de servicios que otorguen prioridad a las medidas y protocolos de bioseguridad, así como también el hecho de evitar las masas y los lugares concurridos condujo a que los enclaves internos menos conocidos así como también los territorios rurales donde se practique actividades al aire libre ligadas al ecoturismo, turismo de aventura y el turismo rural recibieran flujos importantes de visitantes (Mora, 2020). En este sentido, el turismo alternativo, especialmente en las zonas fuera de la urbe consolidó el crecimiento de estas modalidades que en los últimos años ha venido ganando terreno en el mercado.

2.5 LAS HOSTERÍAS EN EL DESARROLLO TURÍSTICO RURAL

Desde la practicidad de la revisión bibliográfica profundizar y caracterizar el término de hostería como parte de una tipología de hospedaje que de acuerdo a Morán (2016) lo definen como “un establecimiento situado fuera de los núcleos urbanos preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes, en el que mediante un precio se presta servicios de alojamiento y alimentación” (p.31).

Galmarini (2018) “la ruralidad no se limita a la producción de la tierra, sino que incorpora otros elementos como el patrimonio, los pueblos, la cultura, la historia, las costumbres y los estilos de vida” (p.37), estas definiciones permiten establecer que la actividad turística en entorno rurales sido generador en el entorno productivo ya que a partir de sus características de complementariedad

y de diversificación de la economía de un determinado territorio, por lo que la actividad turística aplicada al mundo rural se caracteriza por su complejidad, como lo expresa

El desarrollo turístico demanda de un proceso de aprendizaje desde cultural y político desde los colectivos en los distintos territorios rurales, en primera instancia para la población de poner en reconocer y poner en valor el patrimonio local y desde los gestores y técnicos del sector considerar este potencial a fin de contribuir con un proceso de desarrollo sistémico y pertinente que no transgreda el estilo de vida y autonomía de gestión del propio espacio rural.

Desde los criterios emitidos por Martínez (2016) y Correa (2018) coinciden en que una de las formas viables para el mejoramiento de la oferta hotelera en destinos es la implementación de nuevos establecimientos de hospedaje alineados a las tendencias actuales, entre las que destaca las hosterías o ecolodges, como medios de alojamiento sostenibles, donde es sumamente importante desarrollar productos de alojamiento de calidad y acordes a los objetivos de desarrollo turístico donde se encuentren.

Las hosterías son establecimientos enfocados en la conservación de los espacios naturales del territorio donde se encuentran, por lo que ponen en valor la conexión y el disfrute de la armonía con la naturaleza y basan su sistema de servicio de recreación a actividades ecoturísticas, etnográficas, deportes y recreación (Morán, 2016). Cabe señalar que la teoría revisada da relevancia a la diversificación de los servicios de la hostería desde el territorio y del espacio de la ruralidad, aspecto que potencia elementos de calidad fiabilidad, seguridad y cuidado ambiental, aspectos que deben ser asumidos por los gestores para el desarrollo de un servicio integral para satisfacer las expectativas del consumidor.

Ante ello es importante considerar que este tipo de alojamientos requiere de la aplicación de un enfoque sistémico y pertinente para que vaya aunado al desarrollo rural, desde la visión de Galmarini (2018) señala que estos sistemas son “enfoque sistémico para el análisis del turismo rural se incluye 3 etapas: primero considerar el los subsistemas del mercado turístico; segundo el estudio del producto turístico; tercero el proceso interdisciplinar entre el análisis del territorio y sus potencialidades de desarrollo” (p. 37).

Donde el autor enfatiza desde el mercado turístico todo lo relacionado a la oferta, demanda, infraestructura, superestructura y comunidad receptora; y considerando este último elemento se considera la relación entre la comunidad receptora y las formas en cómo ofertar el producto turístico desde sus perspectivas social, cultural, económico y político.

El segundo enfoque según Galmarini (2018) es el “territorial que busca transformar la dinámica del desarrollo turístico en una determinada región a través de la identificación de actividades productivas de acuerdo al potencial de los recursos naturales por lo que demanda la gestión participativa de los grupos sectoriales” (p. 37), enfatizando la importancia desde este lineamiento de que el producto turístico de alojamiento debe ser participante en su diseño a la comunidad y a su vez ser integradores en los procesos y fases de su gestión.

Tabla 7:

Catastro Hosterías en la provincia de Manabí

Cantón	Número de Hosterías	Categoría		
		Primera	Segunda	Tercera
Chone	1			1
Jama	3			3
Jipijapa	4	1	1	2
Junín	1			1
Manta	8	3	4	1
Montecrsiti	2			2
Pedernales	6			6
Portoviejo	4		2	2
Puerto López	17	4	3	10
Rocafuerte	2			2
San Vicente	3		1	2
Santa Ana	2			2
Sucre	5		1	3

TOTAL	59	9	12	37
--------------	-----------	----------	-----------	-----------

Fuente: Catastro del Consolidado Turístico Nacional 2022

Dar una sistematización a la creación de una hostería desde un enfoque sistémico y territorial, permite considerar la participación local en el desarrollo del producto turístico, a fin de generar un espacio para la dinamización de la económica en el sector y beneficiar a las comunidades cercanas generando emprendimientos que generen confluencia en el valor turístico del territorio.

La Tabla 7 muestra la distribución de la tipología de alojamiento como son las Hosterías focalizadas en el territorio rural Manabita, siendo productos que complementan no solo el servicio de alojamiento, sino que encausan una serie de actividades de recreación desde los atributos que ofrece el entorno natural en el cual se encuentre localizadas, permitiendo la dinamización de las economías rurales.

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El propósito de la investigación consiste en elaborar un estudio de mercado para la creación de una hostería en el cantón Bolívar para lo cual el desarrollo metodológico define la aplicación de instrumentos que permitan la recopilación de información con la finalidad de establecer la oferta y demanda del territorio, las potencialidades turísticas y geoespacial que validen el desarrollo de la propuesta.

La delimitación espacial del estudio de mercado se realizó en el cantón Bolívar en el periodo 2022.

Modalidad de investigación

Considerando la modalidad de la investigación esta se basa en un modelo mixto, en el cual predomina el método cualitativo y cuantitativo, de la misma manera el esquema está basado en el diseño no experimental, porque tiene como objetivo obtener información, datos y realizar análisis relacionados con el diseño transaccional, dado que mostrará el verdadero estado del objeto de investigación relacionado con la variable y se centrará en su naturaleza descriptiva.

Para la presente investigación se utilizarán varias herramientas, entre las que destacan las siguientes:

- Fichas de atractivos y recursos turísticos de la zona con georreferenciación y descripción (Anexo 2)
- Matriz Perfil Competitivo (MPC)
- Observación científica
- Cuestionario de encuestas
- Matriz de mercado objetivo

Los formularios de entrevista serán aplicados a personajes relevantes dentro del aspecto turístico del cantón; además de propietarios de diversos establecimientos de alojamiento turístico, con el objeto de conocer de primera

mano la dinámica de la actividad hotelera en el cantón.

Los formularios de encuesta estarán dirigidos a visitantes y turistas que han arribado a diversos atractivos del cantón, principalmente a la Represa Sixto Durán Ballén; así como a personas que hayan pernoctado en alguno de los establecimientos de alojamiento del cantón, para poder conocer su experiencia y punto de vista respecto a los servicios y oferta hotelera que posee el cantón. La observación directa se realizará mediante visitas y recorridos de campo por los establecimientos hoteleros y zonas donde se podría desarrollar el proyecto objeto de esta investigación.

Como resultado de los diversos recorridos y recolección de información se podrán configurar las herramientas mencionadas como matriz de perfil competitivo y matriz de mercado objetivo, fichas de atractivos y recursos turísticos de la zona con georreferenciación y descripción.

Tipo de investigación

Se precisan los tipos de investigación de acuerdo con las características de la misma, las cuales se exponen a continuación:

Investigación de campo, la cual permite el diseño de instrumentos que una vez aplicada a la población de estudio, se logra extraer información directamente de la realidad de los involucrados en el mismo, por lo que es relevante el uso de técnicas de recolección de datos como son las encuestas, con ello se logra dar respuesta al problema planteado. Se aplicará este tipo de investigación debido a que será necesario movilizarse al área para extraer y recopilar datos directos y primarios, se llevará a cabo esta tipología, en otras palabras, por este motivo, se realizarán observaciones directas y encuestas, aunque cabe señalar que las observaciones se realizarán de forma virtual y presencial.

Investigación documental /bibliográfica, esta tipología se caracteriza por la utilización de los datos secundarios como fuente de información. Pretende encontrar soluciones a problemas planteados a través de distintas fuentes. Se aplicará este tipo de investigación dado que dentro del estudio se tendrá que realizar una exhaustiva revisión bibliográfica y documental acerca de los estudios de mercados, competencias, ofertas del cantón, datos referentes para la

realización del estudio.

Investigación descriptiva, la cual implica acciones de observación y descripción del comportamiento de los sujetos involucrados a fin de no influir de manera directa sobre ellos, por lo que comprende la descripción del contexto a fin de caracterizar el objeto de estudio y las realidades pertinentes que deben ser en lo posterior profundizadas desde el análisis para comprender la situación problemática que motiva el tema de investigación.

Este tipo de investigación es no experimental por lo que los investigadores identifican las variables intervinientes y establecen relaciones estadísticas entre ellas, por lo que se le denomina correlación. Dado que el trabajo debe ser medido y por tanto se analiza el grado de relación entre las variables identificadas y los factores inherentes.

Población y muestra

En lo correspondiente a la población y muestra se considera que conocer el perfil del visitante estará dirigido a los turistas que visitan el cantón Bolívar como población objeto de estudio. Para determinar el tamaño de la muestra a la que se le aplicarán las encuestas se empleó la fórmula de población infinita, debido a que no existen una data dura que permita conocer con exactitud datos estadísticos que detallen el número y tipologías de visitantes que ingresan al cantón, más aún en el panorama Post Covid. Se muestra a continuación el proceso de la muestra con su fórmula:

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

Donde:

n: Tamaño de la muestra

Za: Nivel de confianza

p: Probabilidad favor.

q: Probabilidad en contra =1.p

d: Error de estimación máximo aceptado

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

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

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

$$n = 384$$

3.2 PROPUESTA METODOLÓGICA

A continuación, se estructura del proceso metodológico, con sus fases, actividades, técnicas y herramientas que permitirán el adecuado desarrollo de la investigación.

Tabla 8.

Metodología: fases, actividades, sus métodos, técnicas y herramientas.

FASES	ACTIVIDADES	MÉTODOS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS
1. Diagnóstico turístico situacional	1. Establecer la línea base de los componentes sociales, económicos y ambientales del cantón.	Métodos: Analítico – sintético, descriptivo y documental.
	2. Caracterizar el sistema turístico del cantón	Técnicas: Observación directa Revisión Bibliográfica y documental
	3. Identificar los atractivos potenciales del cantón	Herramientas: Fichas de atractivos y recursos turísticos del cantón

2. Caracterización del área de estudio	4. Estudiar el área geoespacial	Métodos: Analítico – sintético, descriptivo, documental y de campo
	5. Analizar los servicios y recursos turísticos del área de estudio	Técnicas: Interpretación de mapas
	6. Analizar el sitio (accesibilidad, situación geográfica, servicios básicos y complementarios)	Herramientas: Mapa Geomorfológico Mapa Predictivo Mapa Hidrográfico Mapa productivo
3. Análisis del mercado turístico		Métodos: De campo y correlacional
	7. Estudiar la oferta	Técnicas:
	8. Estudiar la Demanda	Cuestionario de encuestas
	9. Estudiar la competencia.	Cuestionario de entrevistas
	10. Diseñar el producto	Herramientas: Matriz de Perfil Competitivo Matriz de mercado objetivo Matriz Marketing Mix: 4P

Fuente: Elaboración propia

Descripción de la Propuesta metodológica

FASE 1: Diagnóstico turístico situacional

Actividad 1: Establecer la línea base de los componentes sociales, económicos y ambientales del cantón.

Como primer punto del diagnóstico situacional, se desarrolló la línea base que permitió describir de forma teórica la información del contexto socio económico del cantón, así como las particularidades ambientales del mismo.

A partir de los métodos de análisis - síntesis y de revisión documental del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Bolívar 2020 dieron lugar a identificar y sustentar los componentes y las particularidades sociales, económicas, políticas

y ambientales del territorio relacionado a la identidad, calidad de vida y a la valorar los impactos potenciales de los entornos urbanos y rurales.

Actividad 2: Caracterización del sistema turístico del cantón.

Comprende identificar desde el diagnóstico inicial los elementos del sistema turístico en el cantón, como son la superestructura turística, infraestructura, facilidades, comunidades, recursos turísticos considerados desde el plan de desarrollo del sector público y de las instancias gubernamentales y privadas del territorio.

Para ello, se aplicaron los métodos descriptivos que fue sustentado a partir de las técnicas de observación directa y sustentados a partir de la revisión bibliográfica que permitieron dar especificidad y sintetizar las condiciones actuales del sistema turístico en el cantón.

Actividad 3: Identificar atractivos potenciales del cantón.

En esta actividad se identificaron los atractivos turísticos existentes que constan en el registro del sistema de levantamiento y jerarquización de atractivos desarrollado por Mintur en el 2017, instrumento técnico que se mantiene el Departamento de Turismo del GAD Bolívar, dicha herramienta técnica permitió la revisión documental y el diseño de la matriz de jerarquización de atractivos del cantón, datos que fueron contrastados desde la observación directa que determinó los atractivos que son poco conocidos por los turistas; además de múltiples recursos con mucho potencial.

Considerando la revisión documental realizado a partir del proceso técnico que enmarca el departamento de Turismo del GAD Bolívar se utilizaron las fichas de identificación de recursos y atractivos, las mismas que constan de georreferenciación, descripción y fotografías de los sitios; de esta manera se podrá corroborar que en el cantón Bolívar en la actualidad cuenta con alrededor de 24 atractivos y 15 recursos turísticos, predominando los de orden cultural.

FASE 2: Caracterización del área de estudio.

Actividad 1: Estudio geoespacial.

En esta actividad, se aplicaron los métodos descriptivos y documental para lograr una adecuada interpretación del área de estudio a través de la revisión de mapas geoespaciales (geomorfológicos, predictivos, hidrográficos y productivos) que permitieron caracterizar a partir de la comprobación a través de la observación directa en todo momento del proceso.

El análisis permitió establecer las condiciones geográficas y factores de riesgo que deben ser considerados para futuros procesos de implementación de servicios turísticos de alojamiento, ya que dieron lugar a conocer la exuberancia paisajística, la riqueza cultural y el potencial para el desarrollo de actividades turísticas del entorno; las cuales deben ser planificadas desde las observaciones técnicas sintetizadas en la investigación.

Actividad 2: Análisis de los servicios y recursos turísticos del área de estudio.

Aplicando el método de campo y las técnicas de observación de campo, la actividad permitió establecer el nivel de cobertura de los servicios turísticos del área de estudio, precisando el análisis concreto de las condiciones de la infraestructura turística, la capacidad de operación a partir de la gestión de los recursos y del talento humano existente que propicie una adecuada atención.

Para ello, se realizó un recorrido en el sitio a fin de utilizar los servicios que ofrece el sector referido a la actividad turística, así también a partir del diálogo con los prestadores de servicios se logró identificar las características más relevantes de la oferta actual de alojamiento existentes en el sector.

Actividad 3: Análisis del sitio (accesibilidad, situación geográfica, servicios básicos y complementarios).

Con la aplicación de las fichas de Georreferenciación se pretende lograr un análisis minucioso de las características geográficas, paisajísticas y de accesibilidad que tiene el área de estudio, así como los recursos y atractivos

turísticos que se identificaron en el sector a partir de acciones de visitación y recorridos guiados a fin de sintetizar una visión completa de la potencialidad del sitio.

Desde el diálogo asertivo se logró sintetizar las dificultades del entorno en relación a la falta de servicios básicos, de seguridad y facilidades en el aspecto de la conectividad que precisan los habitantes del sector y que disminuyen las oportunidades de desarrollo turístico en el área de estudio.

FASE 3: Análisis del mercado turístico.

Actividad 1: Estudio de la oferta.

En esta cuarta actividad se identificó la oferta turística y de alojamiento existente en el cantón mediante la observación de campo, utilizando como referencia de la misma manera el plan de desarrollo turístico cantonal, en donde se proyectan una variedad de atractivos culturales y naturales.

Se utilizó la entrevista para determinar las características más relevantes de la oferta actual de alojamiento existentes en el cantón. Esta entrevista fue aplicada mediante dos cuestionarios distintos; el primero fue aplicado a 5 administradores de establecimientos de alojamiento turístico y el segundo a expertos en el ámbito del turismo y técnicos del GAD Bolívar. Los resultados permitieron determinar las fortalezas y debilidades de la oferta de alojamiento turístico en el cantón Bolívar e evidenciaron la necesidad de diversificar las tipologías de hospedajes con una mayor cercanía a los espacios naturales.

Actividad 2: Estudio de la Demanda.

Para el estudio de la demanda se determinó el nivel potencial de aceptación o no de las nuevas sugerencias planteadas en la propuesta. En esta actividad se tomaron como base estudios previos y se aplicaron encuestas a los visitantes que pudieron llegar al cantón Bolívar de manera virtual o presencial. Con esto se pudo obtener el perfil de los visitantes y turistas actuales y potenciales, con el objeto de obtener resultados positivos del trabajo actual.

Fueron aplicados un total de 384 formularios de encuestas a turistas y visitantes actuales y potenciales del cantón Bolívar a través de la herramienta Google Forms y de manera presencial en las diferentes actividades que se estaban realizando en el cantón con la finalidad de reactivar la economía y el turismo. Estos resultados fueron sintetizados y analizados con el método para procesar encuestas SPSS versión 2021 concluyendo con una matriz de mercado objetivo que permita el desarrollo del producto.

Actividad 3: Estudio de la competencia.

A partir de la aplicación de los formularios de encuestas y de la observación directa se pudo evaluar la competencia directa e indirecta del cantón. En este punto se realizó la matriz de características competitivas para ayudar a evaluar la competencia directa; en esta matriz consta aspectos como las características destacables del producto que ofrecen, su ámbito de operación comercial, tipo de cliente que atienden, lugares de comercialización, precio y otros aspectos relevantes que nos permitan desarrollar ventajas competitivas.

Cabe destacar que las instalaciones hoteleras constituyen una competencia a pesar de que no cuentan con los servicios y la calidad que se debe brindar al visitante, por lo que es sumamente importante su análisis.

Actividad 4: Diseño del producto.

Durante este proceso fue necesario analizar las particularidades y potencialidades del territorio, información que fueron contrastadas a fin de determinar el papel que desempeña el marketing en los procesos desarrollo y comercialización. No obstante, no es suficiente solo hablar de marketing, sino que, es menester aplicar las estrategias del marketing mix enfocadas directamente en productos y servicios turísticos. Se utilizará la herramienta de las 4P (Producto, precio, plaza, promoción) para establecer la estrategia de la hostería ecológica que se propone en función de los resultados del estudio de mercado.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 FASE 1: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL

4.1.1 ESTABLECER LA LÍNEA BASE DE LOS COMPONENTES SOCIALES, ECONÓMICOS Y AMBIENTALES DEL CANTÓN.

La línea base del diagnóstico se sustenta en la interpretación y sistematización de las condiciones actuales del territorio, por lo que desde el análisis se aborda el componente social-cultural, económico-productivo y ambiental que son determinantes para establecer las problemáticas, características y potencialidades del cantón.

Conforme a la Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Manabí 2030 (PDOT) (GPM, 2021) el cantón tiene una extensión de 523,57 Km² y está ubicado en la zona centro oriental de la Provincia de Manabí conformando la Microrregión Centro Norte, y está dividida en una Parroquia Urbana: Calceta y dos Rurales: Quiroga y Membrillo.

Componente social

De acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Bolívar (2020), indica que se registra una población de 46.575 habitantes, lo que equivale al 2,91% de la población a nivel provincial; con base a ello se estima de los cuales los niños representan el 25,29%, adolescentes 12,28%, jóvenes con 21,07%, adultos con 34,27% y adultos mayores de 65 años o más el 7,09%.

Tabla 9:

Distribución poblacional

PARROQUIAS	COMUNIDADES	HABITANTES
Calceta urbana	36	17.632
Calceta rural	87	15.783
Quiroga	49	6.312
Membrillo	27	3.553

Fuente: PDOT, Bolívar 2020

Uno de los índices relevantes son los factores de pobreza generados en primera instancia por la pérdida de comunidades protegidas por sus culturas ancestrales y que forman parte del 35,33% de personas en el cantón en extrema pobreza y el 28,33 identificados en nivel de pobreza (PDOT Bolívar, 2020). Siendo importante destacar que se evidencia una migración campo – ciudad va en aumento a partir de la falta de oportunidades laborales en las zonas rurales y que la falta de inversión en emprendimientos permita dinamizar la economía local. Otros datos relevantes como el del analfabetismo señalan que solo el 20,31% de la población no sabe leer ni escribir y que el 30,01% tiene dificultades en acceder a centros educativos por presentar dificultades en las formas de desplazamiento y transporte.

Considerando los servicios básicos implementados en la superficie total del territorio cantonal se debe indicar que en un 96,88% cuenta con energía eléctrica, 60,94% tiene dotación de agua potable de la red pública, 34,45% de las viviendas están conectadas al sistema de alcantarillado, el 57,81% elimina desechos sólidos a través del servicio del GAD, estos datos permiten respaldar que en el cantón en un 57,81% predominan las viviendas tipo villas (PDOT Bolívar, 2020),

Los datos presentados estiman que gran parte de la población no tiene acceso a abastecerse de agua potable, por lo que se propician otros medios poco fiables que no cuentan con la salubridad necesaria como son los afluentes, ríos, acequias, agua de pozo, estas formas de aprovisionamiento de agua en las zonas rurales pueden convertirse en focos de enfermedades derivadas de la mala calidad del agua; se debe destacar que otro servicio a la cual no tiene accesibilidad la población es el alcantarillado siendo utilizadas otras formas para la eliminación de excretas como son pozos ciegos, pozos sépticos o letrinas; en lo relacionado a los desechos sólidos menos de la mitad de la población utiliza otros medios como es la quema o enterramiento de los desechos y en un menor porcentaje botan a la calle, las quebradas o ríos.

Los datos recabados permiten respaldar el porcentaje de vivienda tipo casa, indicando que un poco más de la cuarta parte de la población de la zona rural tiene ranchos o covachas, siendo evidente que una gran parte de la población

no cuenta con servicios básicos eficientes siendo necesario promover la ampliación de la red pública al menos en el tema del agua y del alcantarillado.

Otro aspecto relevante es la cobertura de salud, en el cantón existen 8 establecimientos de salud: en Calceta encontramos 4 centros de salud, 1 puesto de salud y un hospital básico; se debe recalcar que cada una de las parroquias rurales cuentan con centros de salud; se debe indicar que el cantón Bolívar tiene una obertura de la población en un 78,28% siendo Membrillo la parroquia con mayor dificultad en la cobertura de salud (PDOT Bolívar, 2020).

Componente ambiental

Existen 8 hábitats en Bolívar, todos con un valor único, hermoso, pero lamentablemente amenazados por las actividades antrópicas. La agricultura, la ganadería y la deforestación, junto con los procesos industriales y el mal manejo de los desechos tóxicos han disminuido notablemente la riqueza biológica.

En base a los datos cartográficos del MAE en el año 2015, en el cantón predomina el ecosistema Bosque siempreverde estacional piemontano de Cordillera Costera del Pacífico Ecuatorial con el 69,84%, luego le sigue la intervención con el 16,11%, seguido por el agua con el 6,28%, continuando con el hábitat bosque semideciduo de tierras bajas del Jama-Zapotillo con 4,90 %, y Herbazal inundable ripario de tierras bajas del Jama-Zapotillo con el 2,03% (PDOT Bolívar, 2020).

El cantón contiene áreas que están dentro del sistema de conservación provincial como la Tablada del Tigre – Biocorredor Andarieles que tiene una extensión de 2.579 has. que abarca parte de la parroquia Quiroga; también precisa el Bosque Protector Carrizal Chone que tiene una extensión de 83.556, 80 has. y en el cantón tiene una extensión de 345,01 km²; de lo cual el bosque protector cubre el 90.41% del territorio de la parroquia Membrillo, en Calceta con el 63.54% y Quiroga con el 42.72%. Por lo que se puede indicar que el Cantón Bolívar se encuentra cubierto por el bosque protector Carrizal – Chone en un 65.89% de su superficie, lo que inciden en el desarrollo de una exuberante flora y fauna, ideales para el desarrollo de actividades ecoturísticas y de producción agrícola sostenible (PDOT Manabí, 2021).

Considerando los datos de la Figura 3 hace referencia al Índice Global de Huella Humana del 2009 que registra el impacto de las actividades humanas sobre el medio ambiente y que pondera de 0 a 100 representando 0 el área de menor influencia, se puede mencionar que, desde la proyección geográfica en contraste con la densidad poblacional, el uso de tierras e infraestructuras Calceta tiene un valor de 30, Quiroga 31 y Membrillo 12 (PDOT Bolívar 2020).

Figura 3:

Mapa de Impacto Antropogénico



El cantón está marcado por un desorden territorial producto de los cambios socioeconómicos producidos por el aumento de la densidad poblacional, se evidencia una disminución de los bosques por la tala de árboles, además aún se precisa la quema de áreas de cultivo actividad que degrada los suelos y que pone en riesgo espacios de desertificación o de erosión, precisando que hay una superficie deforestada de 91,31 km² que representan el 17,44 del territorio cantonal (PDOT Bolívar, 2020).

Ante la imperiosa necesidad de mantener las áreas protegidas de las actividades antrópicas, se precisan acciones de recuperación y de conservación en el territorio, ya que parte de los habitantes que se dedican principalmente a las actividades económicas del sector primario aplican acciones relativas a las

buenas prácticas agrícolas que condicionan el uso de pesticidas y plaguicidas y que potencia la aplicación de cultivo orgánico siendo los sectores rurales de la parroquia Membrillo y en ciertos sectores de Quiroga donde la población se ha unido en cooperativas para fomentar un cultivo sostenible del cacao fino de aroma, propiciando la permacultura en la planificación y usos de la tierra como generadora de los recursos agrícolas y económicos en función al cuidado de los ecosistemas, siendo un agente esencial la participación de los gobiernos locales y provinciales en el apoyo a estas iniciativas.

Componente económico

El cantón Bolívar es un territorio que evidencia un gran potencial agrícola, ganadero, turístico, agroindustrial y comercial, siendo actividades que dinamizan y complementan la economía en especial en los territorios rurales.

La actividad económica principal en el cantón es la agricultura, según datos de SIGTIERRAS en el año 2018 Bolívar registra una alta especialización en los productos agrícolas: cacao (55.51%), café (16.19%), maíz (16.13%), plátano (5.01%), entre otras y frutas cítricas como limón (0.08%), Mango (0.05%), naranja (0.04%), y maracuyá (0.04%). Las áreas de cultivo denotan vital importancia ya que promueven la seguridad alimentaria, siendo importante establecer que los cultivos se desarrollan en una superficie de 69.11 km². de estos 69.11 km² de cultivo que representa 13.20% del total de la superficie del cantón, Calceta tiene el mayor porcentaje de cultivo con el 15.58%, seguido por Membrillo con 13.02% y Quiroga con el 6.01% (PDOT Bolívar 2020).

Un sector de relativa importancia es el pecuario que en los últimos años evidencia un impacto relevante por los cambios del comportamiento en el consumo por parte de la población; la producción de ganado vacuno muestra un decrecimiento y se registra un aumento en el ganado porcino; se destaca la mala condición de los camales ya que el sector tiene una deficiente tecnificación en los procesos a fin de obtener un producto fiable para el consumo interno (PDOT Bolívar 2020).

Entre las potencialidades económicas del cantón se encuentra la actividad turística ya que el cantón mantiene una diversidad de atractivos naturales y culturales que potencia el turismo de aventura y el turismo ecológico para

visitantes domésticos y extranjeros, cabe señalar que existe un deterioro en la infraestructura turística por los efectos mundiales dados en los últimos años requiere de procesos de reactivación local y de innovación de los servicios.

En lo referente al recurso hídrico de la Represa Sixto Durán Ballén esta se abastece del río Carrizal, ubicada en la zona centro - norte de Manabí, a 11 kilómetros de la ciudad de Calceta. Tiene un área de 445 km² y almacena 450 millones de m³ de agua, siendo de vital importancia ya que abastece de agua cruda a la planta potabilizadora La Estancilla – Tosagua y través del acueducto de la Refinería del Pacífico para las plantas potabilizadoras de Manta, Montecristi y Jaramijó dotando de agua potable a estos cantones y sus zonas rurales. A pesar de ello el Cantón Bolívar no cuenta con servicio de agua potable para gran parte de los sectores rurales.

Componente Político o de Gobernanza

La gobernanza referida a la creación de redes de cooperación y coordinación interinstitucionales que promuevan el desarrollo de la actividad turística en el territorio es esencial para lograr acciones de articulación tanto de los actores público, privado y comunitario.

Desde el histórico situacional de la actividad turística del cantón, esta ha pasado por afectaciones macrosociales en los últimos 5 años como lo fue el terremoto del 16A y las acciones de contingencia con la pandemia del Covid – 19, en ambos procesos desde el MINTUR se han generado políticas públicas que han propiciado la recuperación de los espacios culturales y turísticos y por ende la recuperación económica de la zona urbana del cantón, pero que escasamente han propiciado un acompañamiento permanente para la administración de la actividad.

La falta de desarrollo de comunidades organizadas para la promoción de la oferta turística, la falta de preparación del talento humano, el escaso interés de asociatividad de los servidores turísticos y la falta de estudios enfocados a la caracterización real de la demanda, son factores identificados en el territorio, los cuales a pesar de contar de procesos operativos desde las direcciones del GAD Municipal se han generado esfuerzos soslayados que son intermitentes por lo

que han tenido un impacto mínimo en las acciones de operación turística que promueva el desarrollo local.

4.1.2 Caracterización del sistema turístico del cantón

Considerando el enfoque sistémico la actividad turística se ha sustentado en el impacto que tiene la actividad en los ámbitos social, cultural, político, económico y ambiental de las comunidades receptoras, ya que desde su complejidad el turismo establece interrelaciones de los distintos actores y contextos que son necesarios para consolidar productos turísticos en un territorio, por lo que pone de manifiesto repercusiones positivas y negativas. Ante ello, se debe destacar los principales subsistemas turísticos del cantón que comprenden lo siguiente:

Oferta Turística:

La oferta turística del cantón Bolívar la conforman la dotación de servicios a través de una infraestructura, se debe indicar que en los últimos años el sector presentó dificultades por la pandemia del Covid-19, ante lo cual se precisa la data dura que evidencia el MINTUR (2021) cuando señala en su página digital informativa, el Consolidado del Catastro Nacional de Establecimientos turísticos registrados que evidencia una reducción de la oferta turística en los últimos años y que a continuación se precisan desde la revisión de fuentes documentales que se detallan a continuación:

Tabla 10.

Servicios turísticos del cantón Bolívar

Alojamiento	Número de establecimientos registrados	7
	Número de habitaciones	63
	Número de camas	189
Alimentos y bebidas	Número de establecimientos registrados	12
	Número de mesas	84
	Número de plazas en mesas	336
Servicios de recreación	Número de establecimientos registrados	1

Servicios Intermediación	de	Número de establecimientos registrados	2
--------------------------	----	--	---

Fuente: MINTUR (2021)

En relación al servicio de alojamiento del cantón esta es insuficiente ya que no todos los establecimientos están estandarizados para garantizar de manera responsable y sostenida la misma calidad de sus servicios, por lo que se precisa un mayor control de los establecimientos registrados e identificar aquellos que trabajan sin los permisos de funcionamiento respectivos a fin de responder de manera sostenida a las necesidades de un servicio integral de acuerdo a las características de la demanda identificada.

Considerando el consolidado Nacional (2021) sobre los alojamientos turísticos registrados se identifica que los hoteles y hostales corresponden a establecimientos de segunda y tercera categoría de acuerdo a al nivel de cumplimiento de los requisitos distintivos para la generación del servicio de hospedaje.

Demanda turística:

El MINTUR (2021) enfatiza que como efecto de la pandemia el perfil del consumidor turístico no sólo en Ecuador, sino que, a nivel mundial, cambió significativamente a uno que se puede generalizar desea viajar de forma segura y consciente, así como experimentar nuevas vivencias de forma responsable y amigable. Por otro lado, Molina et al. (2021) expone que “una de las tendencias en la actualidad es ir a las zonas rurales, cercanas al lugar de residencia, de aquí parte el denominado turismo de proximidad” (pág. 36). Evidenciando que impera la modalidad rural y alternativa, la cual ha sido una oportunidad de reactivación y crecimiento de las zonas rurales del país y de la provincia, específicamente de Bolívar.

Las tendencias a nivel mundial en torno a los viajes según el MINTUR (2021) son desiertos (paisajes celestiales), nómada (viajes glampervan), eco (cultivos), bienestar (retiros de longevidad), auténtico (inmersión comunitaria) y mindfull (campamentos de coworking). Sobre las cuales efectivamente el turismo ecuatoriano se ha podido adaptar bastante bien puesto que posee todas las características y atributos para el desarrollo de dichos tipos de turismo que se

encierran en la modalidad alternativa, aunque si bien es cierto, debe incursionar en el turismo de bienestar y el turismo de campers, de forma generalizada es capaz de proveer experiencias auténticas y amigables, dado que desde la nueva normalidad el visitante buscará calidad y humanidad esencialmente.

Tabla 11.

Perfil del visitante de turismo rural

Aspectos	Turismo Internacional	Turismo Interno
Motivo del viaje	Vacaciones	Visita a familiares – vacaciones
Edad promedio	35-45 años	
Estadía promedio	6-14 noches	2 - 4 noches
Procedencia	Australia, Estados Unidos, Francia	Quito, Guayaquil, Cuenca
Provincias de mayor visita	Pichincha, Guayas, Sta. Elena, Manabí y Galápagos.	Santa Elena, Manabí, Esmeraldas
Actividades	Ecológico – cultural	Ecológico – Comunitario – Cultural
Medio de información	Internet	Internet
Gasto promedio	500 – 2000	70 dólares

Fuente: PLANDETUR 2030 - MINTUR (2019)

En lo referente al cantón se debe considerar que la principal motivación para llegar al territorio es por visita a familiares o amigos, en segunda instancia está por realizar actividades de ocio y recreación; en lo referente a niveles de satisfacción de los servicios de alojamiento, la demanda local mantiene una mayor calificación comparadas con la demanda nacional, y considerando con los servicios de gastronomía hay una valoración positiva como uno de los indicadores de mayor apreciación por los visitantes (Cornejo y Macías, 2018).

Es importante detallar que entre los sitios que generan niveles importantes de aceptación entre los visitantes comprende en las actividades que se puede realizar en los alrededores de la represa Sixto Durán Ballén ya que se lo considera uno de los espejos de agua de mayor relevancia por la riqueza paisajística y diversidad de fauna y flora en sus distintos espacios.

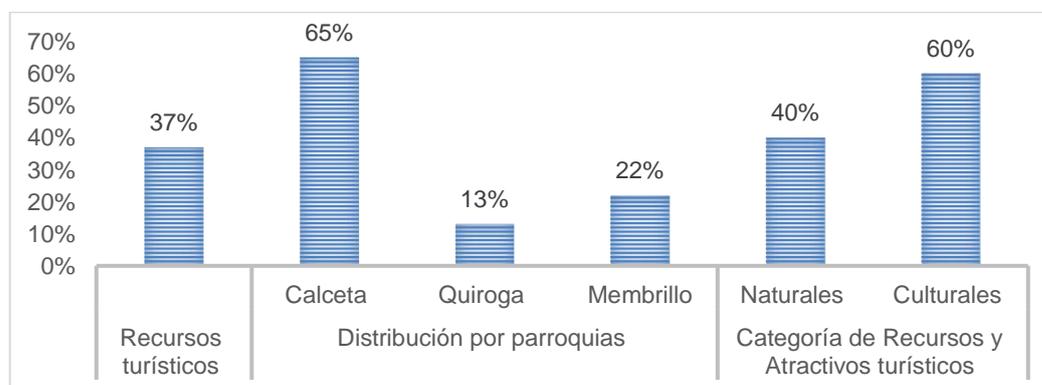
Recursos y atractivos turísticos:

El Ministerio de Turismo del Ecuador en su mapa de atractivos turísticos del año 2018 reconoce que la tradición cultural aún se encuentra vigente en la elaboración de exquisiteces gastronómicas características en la mayoría de la provincia de Manabí, representadas en platos típicos únicos como la tonga, caldo y seco de gallina criolla, la cuajada, entre otras. La celebración de sus fiestas patronales en honor a San Agustín los 27 y 28 de agosto de cada año, al igual que los 13 de octubre en los que se celebra la cantonización de Bolívar, la elaboración de artesanías en barro y el Festival del Balsero del Carrizal (GAD Bolívar, 2020).

En contraste con las técnicas de revisión bibliográfica del territorio y documental a través del análisis de documentos técnicos compilados en el Departamento de Turismo del GAD Bolívar aplicados en el 2018 el cantón posee 40 atractivos, de los cuales 21 se encuentran en la cabecera cantonal Calceta, 10 en la parroquia Quiroga y 9 en la parroquia Membrillo; de estos 12 se clasifican como categoría tres, 11 como categoría 2, 2 como categoría uno y 15 como recursos turísticos. De los atractivos mencionados 23 se encuentran dentro del orden cultural y 17 naturales, pese a que en el territorio predomina los recursos culturales el territorio es una zona susceptible de desarrollo orientado al turismo alternativo, especialmente vinculado al ecoturismo, turismo rural y agroturismo debido a que éste en una zona eminentemente agrícola con características rurales inclusive en el casco urbano (GAD Bolívar, 2018).

Figura 4.

Recursos y atractivos del Cantón



Fuente: Elaboración propia

Dentro de los diversos aspectos por los que el territorio es visitado se encuentran su gastronomía, ríos, balnearios, saltos de agua, así como por su agroproductividad y cultura. En este sentido, se pueden realizar varias actividades como visitas a fincas agroecológicas, culturales y agroproductivas, pesca artesanal, compra de artesanías, senderismo, avistamiento de flora y fauna, probar la gastronomía local, paseos en bote y lancha, deportes de aventura, entre otras.

4.1.3 IDENTIFICAR ATRACTIVOS POTENCIALES DEL CANTÓN

Bolívar posee una alta potencialidad turística, los recursos en el ámbito natural se ven reflejados en cascadas, el río Carrizal y sus balnearios, la represa Sixto Durán Ballén, paisajes acogedores, las manifestaciones culturales, una variada gastronomía típica, producción agropecuaria diversa, una de las zonas de mayor producción de cacao nacional de calidad. Así en lo cultural destacan las fiestas tradicionales, manifestaciones religiosas, fuerte arraigo a las expresiones orales y literarias entre sus habitantes, especialmente los de las zonas rurales; además entre su producción artesanal se aprecian sombreros y artículos de paja mocora, arte en zapán, instrumentos musicales y arte en caña guadua y mate.

Figura 5:

Mapa Turístico del Cantón Bolívar



Fuente: GAD Bolívar (2018)

Considerando la metodología del MINTUR (2017) que establece “la aplicación de lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y valoración de atractivos que permitan presentar las mejores valoraciones para el desarrollo de productos turísticos” (p.3), por lo que desde la revisión y contraste documental se puede caracterizar los atractivos, estableciendo indicadores de análisis para la complementariedad de los servicios y de las infraestructuras de las que están provistos a fin de jerarquizarlos en los tipos y subtipos al que pertenecen:

Tabla 12:

Matriz de Jerarquización de Atractivos del Cantón

Parroquia	Atractivo	Jerarquía	Categoría	Tipo	Subtipo	Actividades Turísticas
	1. Balneario de agua dulce Platanales	II	Atractivos Naturales	Ríos	Playa de Río	Baño en río platos típicos Presentaciones en vivo
	2. Balneario de agua dulce Balsa	II	Atractivos Naturales	Ríos	Playa de Río	Baño en río Degustación platos típicos
	3. Fiesta de San Juan	III	Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Fiesta Religiosa, Tradicional y creencia popular	Celebración Religiosa Baño nocturno Río Carrizal
Calceta	4. Festival de los Balseros	III	Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Fiesta Religiosa, Tradicional y creencia popular	Competencia en balsas tradicionales Feria productos tradicionales
	5. Paraje Natural y Cultural Colinas del Sol	II	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Infraestructura Cultural	Exposiciones artesanales Degustación de platos tradicionales.
	6. Centro agropecuario Oasis	III	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y Científicas	Centro agropecuario	Actividades agrícolas

						Observación flora y fauna
						Paseos en lanchas y kayak, Fotografía
7.	Finca Agroturística Sarita	III	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y Científicas	Centros Agropecuarios	Actividades agrícolas Senderismo, alojamiento Camping
8.	Artesanías Utilitaria - Ollas Barro	II	Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Artesanías y Artes	Taller artesanal Compra de artesanías
9.	Artesanías Sombrero de Paja Mocora	II	Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Artesanías y Artes	Taller artesanal Exhibición de piezas Artesanías
10.	Dulces de Calceta	II	Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Gastronomía	Taller artesanal Degustación Artesanías
11.	Corporación Fortaleza del Valle	III	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y científicas	Centro Agropecuario	Recorridos guiados del proceso productivo e industrial
12.	Parque Abdón Calderón	II	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Espacios públicos	Celebraciones Monumento Simón Bolívar
13.	Parque Ferroviario	III	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Área histórica	Exhibición de piezas Fotografía
14.	Parque Simón David Velásquez	III	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Espacios públicos	Presentaciones en vivo Participación en celebraciones Puente Rojo
15.	Plaza Cívica de Bolívar	II	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y científicas	Obras de Ingeniería	Presentaciones en vivo Monumento el Balsero

16. Torre de Reloj Público	II	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Área Histórica	Museo Biblioteca Municipal
17. Puente Rojo Carrizal	II	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y Científicas	Obra de ingeniería	Vista panorámica del Río Carrizal Fotografía
18. Lagunas Quinta El Rocío	III	Atractivo Natural	Ambientes lacustres	Laguna	Caminatas, Picnic Paseos en Bote Pesca Deportiva Degustación platos tradicionales
19. Represa Sixto Durán Ballén	III	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y Científicas	Obra de ingeniería	Paseos en lanchas y canoas Observación de fauna y flora Pesca deportiva
20. Festival de la Regata Aldo Cano Patiño	III	Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Fiesta Religiosa, Tradicional y creencia popular	Competencia deportiva Paseos en Gabarra Presentaciones artísticas Venta de productos artesanales Degustación platos tradicionales
21. Cascadas y Grutas de Julián	II	Atractivo Natural	Ríos	Cascadas	Senderismo, Camping Baño en Cascada Degustación platos típicos
22. Centro agropecuario Julián	III	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y Científicas	Centro agropecuario	Actividades agrícolas y ganadera,

Quiroga

						Degustación platos típicos
						Senderismo, alojamiento
	23.Cascada de Chapulí	II	Atractivo Natural	Ríos	Cascada	Baño en cascada
	24.Bosque Protector Primera Piedra	II	Atractivo Natural	Bosques	Húmedo Tropical	Senderismo Observación flora y fauna Baño en cascadas
Membrillo	25.Asociación Artesanal La Pepa de Oro	III	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y científicas	Centros Industriales	Recorridos guiados Visita instalaciones y proceso productivo e industrial Compras de artesanía

Fuente: GAD Bolívar (2018)

En la Tabla 12 se identifican en el cantón 25 atractivos de los cuales en la parroquia Calceta se precisan 20 atractivos, de estos 17 están categorizados como Manifestaciones Culturales correspondiente a los subtipos de fiesta religiosa o tradicional, centros agropecuarios, artesanías, gastronomía, infraestructura cultural; los otros 3 están categorizados como atractivos naturales ya que los servicios han sido desarrollados en Playas de ríos o en ambientes lacustres.

En lo correspondiente a la parroquia Quiroga se precisan dos atractivos que están ubicados en la comunidad de Julián como son las Cascadas y la Finca agroturística sector donde sus habitantes han desarrollado servicios permanentes para la atención a visitantes. La parroquia Membrillo registra 3 atractivos 2 correspondiente direccionados al ámbito natural del tipo de Cascada y Bosque Húmedo; y 1 cultural catalogado como centro industrial en la producción de cacao fino de aroma.

A continuación, en la tabla 13 se detallan recursos turísticos del territorio que han sido valorados a fin de identificar las actividades turísticas que se pueden realizar en el territorio convirtiéndose en un complemento de los atractivos señalados.

Tabla 13:

Matriz de categorización de recursos turísticos del cantón

Parroquia	Recursos	Categoría	Tipo	Subtipo	Actividades Turísticas
Calceta	1. Iglesia San Agustín	Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	Histórica	Visita instalaciones Sincretismo religioso cultural
	2. Cerro Mil Pesos	Atractivo Natural	Bosques	Húmedo Tropical	Senderismo, camping Observación flora y fauna Baño en cascadas
	3. Antigüedades del Cuerpo de Bomberos	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y científicas	Monumento	Exposición de piezas clásicas
	4. Cascada de Kimba	Recurso Natural	Ríos	Cascadas	Baño en cascada Observación de flora y fauna Caminata
	5. Cascada El Aguacate	Recurso Natural	Ríos	Cascadas	Baño en cascada Observación de flora y fauna Caminata
	6. Lagunas de Bijahual	Recurso Natural	Ambiente Lacustre	Laguna	Fotografía
Quiroga	7. Cascada Mormiunda	Recurso Natural	Ríos	Cascadas	Senderismo Baño en Cascada
	8. Cascada Severino	Recurso Natural	Ríos	Cascada	Actividades agrícolas y ganaderas Baño en Cascada Degustación de platos típicos

	9. Puente Colgante de Severino	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y Científicas	Obra de ingeniería	Vista panorámica del Río Carrizal Observación de fauna y flora Fotografía
	10. Cascada La Mina	Recurso Natural	Ríos	Cascada	Baño en cascada Actividades agrícolas y ganadera Degustación de platos típicos
	11. Túnel de Membrillo	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y Científicas	Obra de ingeniería	Sitio utilizado para feriado de carnaval por habitantes de la zona
Membrillo	12. Centro agropecuario La Fortuna	Recurso Cultural	Realizaciones Técnicas y Científicas	Centro agropecuario	Finca orgánica de cacao de plantas ancestrales
	13. Puerto Dos Bocas	Recurso Cultural	Arquitectura	Espacios públicos	Transporte en lancha, gabarra Observación de aves Fotografía
	14. Cascada Primera Piedra	Recurso Natural	Ríos	Cascadas	Baño en cascada
	15. Cascada El Tigre	Recurso Natural	Ríos	Cascadas	Observación de flora y fauna Baño en cascada Camping

Fuente: GAD Bolívar (2018)

Cabe señalar que los recursos turísticos señalados en la Tabla 13 no precisan facilidades en el acceso ya que se encuentran en caminos veraniegos no asfaltados y donde no transita el transporte público, también resalta la carencia de servicios básicos como el agua potable y alcantarillado por lo que estos espacios carecen de infraestructura complementaria que permita el desarrollo de actividades turísticas.

Se debe resaltar que los recursos identificados son concurridos por los habitantes de estos sectores, siendo una característica desde las actividades turísticas que se pueden realizar una evidencia de la potencialidad del territorio y permite dar singularidad a la generación de productos turísticos, por lo que

enmarca la necesidad de proyectar la implementación de servicios complementarios y de calidad en el entorno a estos recursos a fin de darles integralidad en el desarrollo de la experiencia turística.

Se debe indicar que el cantón Bolívar es un territorio agropecuario, en cuya cabecera cantonal Calceta se concentra más del 50% de los recursos y atractivos turísticos del cantón por lo que se puede generar una mayor articulación de la calidad en la accesibilidad, conectividad y facilidades turísticas.

Ante el potencial identificado se puede indicar que el cantón se direcciona al desarrollo del turismo rural relacionadas a las actividades del agroturismo que se puede realizar en el territorio, esto aunado al turismo de naturaleza desde el enfoque de las actividades ecoturísticas y de aventura se pueden diseñar actividades factibles que promueven la conservación de las áreas y sectores protegidos del cantón.

4.2 CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

Considerando la importancia del territorio, las oportunidades y características de desarrollo, se precisa el análisis del área de estudio direccionado para la creación de una hostería en las cercanías de uno de los atractivos de mayor relevancia en el territorio como es la Represa Sixto Durán Ballén.

Figura 6.

Ubicación proyectada para la creación de Hostería



Fuente: Elaboración propia

El espacio se encuentra ubicado en el sitio “Puerto Alto” está situado geográficamente entre las coordenadas 0° 52’ 39” latitud sur y 80° 3’ 26” longitud oeste a una altitud de 98 msnm. Se encuentra en la parroquia Quiroga ubicado a 18 km. de Calceta, por el km. 6 de la vía a Membrillo, consiste en un área de 5 has. que por su proximidad con las riberas de la Represa Sixto Durán Ballén posee características naturales propicias para el desarrollo de actividades orientadas al turismo rural y de naturaleza.

Criterios Ambientales

El ecosistema del cantón está sufriendo grandes daños que amenazan la integridad de la riqueza forestal ante la constante extensión de la tala de bosques y la quema descontrolada para promover nuevas áreas de cultivo; y es que las distintas actividades antrópicas enfatizan la pérdida de la biodiversidad que destruye de manera constante el hábitat de especies silvestres, así como se pondera la contaminación del suelo y el aire ante los la producción de residuos sólidos que en las zonas rurales son quemados o enterrados por lo que se promueve la degradación de las áreas de protección y conservación.

Desde el área de estudio uno de los principales problemas es el manejo de los residuos sólidos ante la carencia de servicios básicos como alcantarillado o sistemas de recolección de basura, propiciando niveles bajos de contaminación por la baja densidad poblacional en el sector, a pesar de ello, se evidencia la desinformación de la población ante la aplicación de medidas de conservación ambiental del territorio.

Criterios socio-demográficos

Entre los aspectos sociodemográficos se puede indicar que en la comunidad de Puerto Alto se mantiene una baja densidad poblacional por lo que se deriva del fenómeno migratorio de las familias sobre todo de los más jóvenes a los centros urbanos en busca de oportunidades laborales o educativas que les permita mejorar su calidad de vida.

Se debe destacar que en el sector se generan actividades productivas cuyos habitantes en su mayoría se dedican a la agricultura como actividad económica, encontrando espacios donde se desarrolla el cultivo de cacao, plátano, maíz,

yuca entre otros productos propios de la localidad, así también se precisa la cría de animales de granjas como vacas, gallinas y cerdos que a más para el consumo interno propician la comercialización de los mismos, aspectos que permite la dinamización económica del sector.

Criterios de organización comunitaria

En lo referente a la organización comunitaria resalta la presencia de la asociación de pescadores 13 de noviembre como gremio orientado a la organización de las actividades de transporte a través de la represa. Corresponde indicar que en la comunidad de Puerto Alto existe un alto grado de organización de la población referidos a la organización de actividades productivas y comerciales en tiempos de festividades que se realizan en el Puerto La Esperanza; siendo también momentos de acogida los relacionados a la coordinación de actividades religiosas o de actividades de mejoras de la conectividad y accesibilidad a las localidades comunitarias.

4.2.1 ESTUDIO GEOESPACIAL

Para el estudio geoespacial se precisa la descripción del territorio a fin de establecer el análisis de las características físicas esenciales que posee el área proyectada para la creación de un alojamiento con finalidades turísticas, que a continuación se detallan:

Mapa Geomorfológico

Considerando la cartografía del Instituto de Estudios Ecuatorianos – 2016, en el cantón se identifican relieves catalogados como alomado, pre-montañoso, ya que en las elevaciones no alcanzan 200 m de altura sobre el nivel del mar, siendo una particularidad de las montañas bajas.

La Figura 7 muestra las pendientes que son pronunciadas en el territorio teniendo el rango de 0 a 5% (30.30), 12 a 25% (15.62), 25 a 40 % (62.90), 40 a 70% (194.68) y 40 a 70% (194.68) En el área de estudio identificado se precisan tres grupos referenciales de suelos (Feozem, Cambisol y Fluvisol), los que se forman en relación con las condiciones naturales y antrópicas, presentan caracterizaciones morfológicas como tener un pH que varía desde 5.49 hasta 6.50; siendo más alto en los suelos bajo bosques; y que los Cambisol se han

formado por la evolución del suelo Feozem, debido al uso agrícola continuado (PDOT Bolívar 2020).

Figura 7:

Mapa Geomorfológico



Fuente: GAD Bolívar (2021)

El área de estudio presenta una altitud de tierras bajas, dominado por el bosque siempre verde que preexiste por las estribaciones del Chocó presentando elevaciones sinuosas que potencian la naturaleza exuberante del sector.

Mapa Predictivo

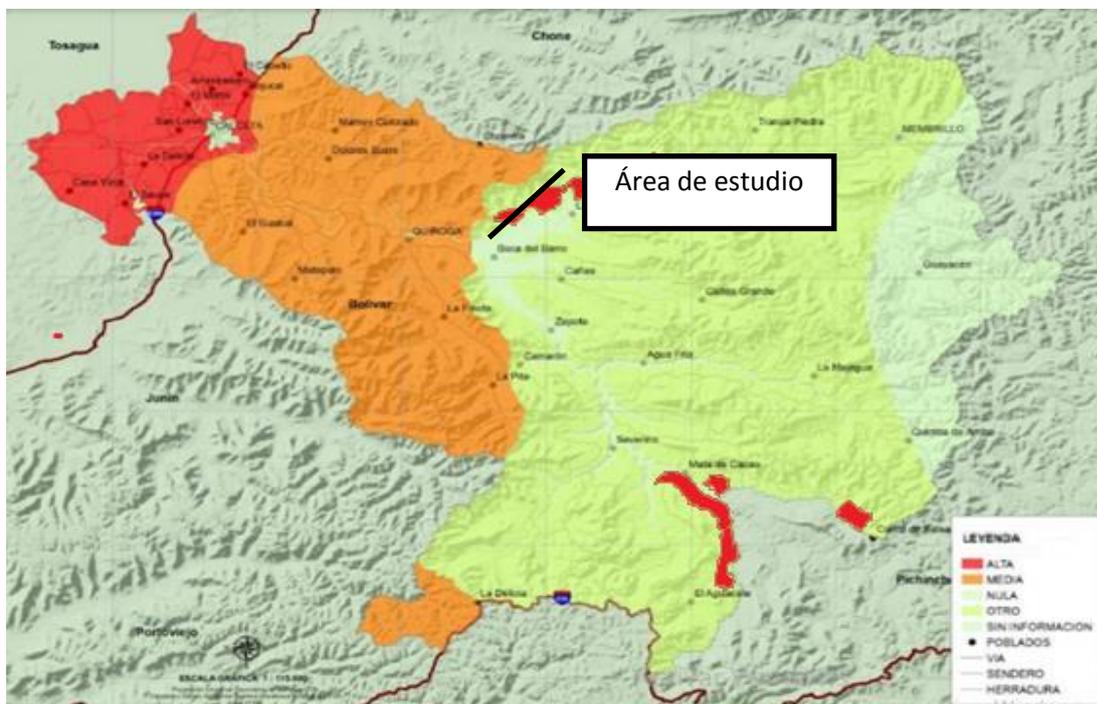
Esta tipología de mapas es consecuente a establecer probabilidades de riesgos en un territorio siendo información que precisa los factores geoespaciales a fin de realizar una planificación sostenida en minimizar el impacto a la población en general.

Desde el análisis predictivo es importante mencionar que territorio mantiene una alta predisposición de riesgo natural, ya que al considerar los patrones de lluvias regulares en las épocas invernales que, combinados con la formación geológica de pendientes, la tipología de suelos y ante posibles fenómenos naturales como

los terremotos se generan desprendimientos de tierra, clasificándose de nivel alto en peligrosidad por la frecuencia focalizada en ciertos sectores del cantón.

Figura 8:

Mapa Predictivo



Fuente: GAD Bolívar (2020)

Se debe indicar que entre los límites de la parroquia urbana Calceta y el cantón Tosagua se precisan fallas geológicas generadas por la actividad sísmica, por lo que se establece que en esa parte del cantón hay una probabilidad de un 20% de producirse un evento telúrico.

Dentro de los parámetros considerados de nivel medio de riesgo están aspectos como la sequía generadas por el cambio climático y el calor extremo, significando una probabilidad del 25% que se produzcan ciertos niveles de estrés térmico; entre otros factores que se pueden presentar son las inundaciones fluviales están consideradas como bajas ya que la información establece que en los próximos 10 años se puede producir una inundación potencialmente dañinas o mortales, a pesar de ello en la parroquia urbana Calceta los datos si estiman un índice de peligrosidad y recurrencia.

Las posibles alteraciones climáticas, hidrológicas o geológicas por precipitaciones o por cambios en las temperaturas que se pueden presentar en el cantón deben orientar las decisiones de planificación de infraestructuras en el territorio, siendo necesario conocer los grados de vulnerabilidad con la finalidad de establecer métodos de construcción asertivos y considerando el impacto ambiental del sector.

En el contexto del área de estudio, se presentan riesgos como los deslizamientos de tierra que puede bloquear los accesos viales al sitio asignado o acceder a otros recursos y servicios complementarios en el sector, para la proyección del servicio de alojamiento considerando la ubicación en las proximidades de la Represa Sixto Durán Ballén, hay sectores que presentan un bajo nivel de erosión, lo que permite orientar el diseño y gestión del servicio de alojamiento.

Mapa Productivo

En lo correspondiente al mapa productivo del cantón, se debe indicar que la vocación del mismo es netamente agrícola ello ante la estabilidad climática y topográfica de la zona apta para el desarrollo de los cultivos de productos como el cacao orgánico siendo el de mayor preeminencia en el territorio con una extensión de 38 km², siendo el total de superficie cultivable de 69 km² representando el 13% del cantón.

Se debe indicar que entre otros sistemas productivos están el pecuario, porcino, avícola y acuícola; siendo los más importantes la densidad de la producción pecuaria del cantón que se encuentra en un 37% en el cantón Membrillo, 31% en Calceta y otro 31% en Quiroga y representa el 6% de la producción a nivel de Manabí; la producción de cabezas de ganado porcino también se pondera como uno de los sistemas productivos de mayor ingreso económico ya que representa el 5% de la producción a nivel de la provincia.

La Figura 9 resalta áreas de producción que convergen en el desarrollo del sistema de cultivo orgánico del cacao fino de aroma por lo que se incentiva la aplicación de buenas prácticas agrícolas desde el enfoque de la sostenibilidad ambiental. El mapa enfatiza el nivel de producción pecuaria distribuida en todo el territorio, así como también se resalta áreas donde se propician actividades agropecuarias mixtas (agricultura y ganadería); se debe enfatizar que las zonas

cultivables se ven limitadas por el sistema de riego que no es aplicable en las zonas cubiertas con exuberante vegetación natural como bosques y matorrales.

Figura 9

Mapa productivo



Fuente: GAD Bolívar (2020)

El manejo del recurso hídrico de la Represa la Esperanza propicia ventajas económicas para los habitantes del sector, ya que se propician actividades acuícolas, comerciales, de transporte y de prestación de servicios de alimentación que dinamizan la economía local del sector.

Estos aspectos son considerados un potencial cultural relevante que genera elementos de identidad y de diferenciación a nivel de la provincia, por lo que se enfatiza el turismo rural como el paraguas que abarca el desarrollo de actividades como el agroturismo en el territorio.

Mapa Hidrográfico

Considerando el análisis hidrográfico, se debe destacar que el Carrizal es la principal fuente hídrica del cantón, y una de las más importante de la provincia ya que lo constituyen el Río Carrizal y el Río Mosca, estos afluentes son alimentados por una extensa red hídrica distribuida por todo el territorio y que comprende los Ríos El Plátano, Barro, Balsa, Severino, Río Chico, Camarón,

Tigre, Matapalo, Palma y Platanales. Este encauce es direccionado para el sustento de las actividades agrícolas aportando al sistema de riego de Manabí y que se consolida en la Represa Sixto Durán Ballén que se encuentra bajo la administración del Ministerio del Agua.

La figura 10 enmarca los valores medidos del área de agua superficial que hay en el territorio, el cual detalla los sectores en que se presentan áreas que contienen afluentes de agua perennes y abundantes o espacios donde las fuentes hídricas son estacionalmente abundantes. Se debe recalcar que las cuencas hídricas identificadas en el territorio originan la demanda en el uso del agua tanto para el consumo humano como para el desarrollo de las actividades agrícolas y pecuarias del territorio.

Figura 10

Mapa Hidrográfico



Fuente: GAD Bolívar (2020)

El territorio también contempla las aguas subterráneas que se precipita en forma de lluvia y que se filtra en los terrenos, por lo que se puede extraer agua dulce

de forma abundante a una profundidad menor a los 60 metros, se ha determinado el consumo de agua de pozos que tienen una producción que fluctúa entre los 90 a 120 litros (GAD Bolívar, 2020).

Tabla 14

Principales cuencas hidrográficas del Cantón

Parroquia	Cuenca/Subcuenca	Área km²	Ocurrencia de Inundaciones
Calceta	Río Chone/Río Carrizal	304,31	Media a Alta
Calceta	Río Guayas/Río Daule	0,08	Alta
Membrillo	Río Chone/Río Carrizal	121,31	Media a Alta
Membrillo	Río Guayas/Río Daule	0,22	Alta
Quiroga	Río Chone/Río Carrizal	90,63	Media a Alta
Quiroga	Río Portoviejo/ Río Chico	7,03	Media a Alta

Fuente: GAD Bolívar (2020)

La tabla 14 detalla las principales cuencas y subcuencas en el territorio, así como su presencia en km² dentro del cantón y la ocurrencia de inundaciones catalogándose en ciertos sectores de las parroquias Calceta y Membrillo una incidencia alta a inundaciones y en el resto del territorio puede generarse una ocurrencia de media-alta por inundaciones.

En el área de estudio definida se destaca de manera permanente el agua dulce disponible en grandes cantidades y evidenciándose en las temporalidades de lluvia un porcentaje mínimo de erosión en las riberas del embalse Sixto Durán Ballén, ya que los suelos están orientados al desarrollo de una agricultura orgánica implementados en las cercanías de las riberas del embalse.

4.2.2 ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS Y RECURSOS TURÍSTICOS DEL ÁREA DE ESTUDIO

El área de estudio considerada para la creación de un servicio de alojamiento es el sitio Puerto Alto el cual, por las condiciones naturales y culturales del entorno y desde las características del servicio, se han desarrollado servicios y recursos turísticos en la comunidad.

En relación al servicio turístico se identifican establecimientos de alimentos que son permanentes en su atención y de alojamiento que precisan su atención los fines de semana ya que prestan servicios complementarios, a continuación, se detallan los siguientes establecimientos en las proximidades del sector:

Tabla 15:

Servicios turísticos próximos al área de estudio

SERVICIOS		
Alojamiento	Número de establecimientos	2
	Número de habitaciones	5
	Número de camas	10
	Número de plazas	32
Alimentación y Bebidas	Número de establecimientos	3
	Número de mesas	15
	Número de plazas	60
Servicios de Transporte	Número de establecimientos	1

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 15 reseña la capacidad operativa de los servicios de alojamiento y alimentación del área de estudios, lo cuales se concentran en los alrededores del Puerto La Esperanza, en el caso de los hospedajes identificados sus servicios están orientados a públicos objetivos diferentes provenientes de la zona urbana de Calceta o de otros sectores de la provincia, siendo estos de carácter estacional en sus operaciones; por otro lado, los establecimientos de alimentos se concentran en la atención de los habitantes del sector.

Los prestadores de servicios de alimentación, alojamiento y transporte fluvial del sector en su mayoría iniciaron su negocio de manera empírica, partiendo desde la necesidad económica y aprovechando la movilización para el abastecimiento de las poblaciones que están alrededor de la Represa Sixto Durán Ballen, ante ello, se precisa un desequilibrio ante elementos de profesionalización o de especialización del talento humano para la oferta de servicios turísticos, evidenciándose debilidades en que estos participen en acciones de capacitación y formación de temas concernientes a la actividad.

4.2.3 ANÁLISIS DEL SITIO (SITUACIÓN GEOGRÁFICA, ACCESIBILIDAD, SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS)

En relación al análisis del sitio, Puerto Alto se encuentra ubicado en la sección centro norte del cantón, a una distancia de 18 km² de Calceta por la vía Membrillo, manteniendo las coordenadas geográficas 0° 52' 39" latitud sur y 80° 3' 26" longitud oeste; entre otras características geoespaciales el sector está a 98 msnm y mantiene una temperatura media máxima de 30° y una mínima de 18°.

El acceso vial se lo hace a través de una vía asfaltada de segundo orden y luego de tierra cuyo ingreso se hace en transporte terrestre ya sea público o privado, esta vía conecta esta comunidad con otras comunidades solo en época de verano. Existe señalización vial para llegar al lugar, aunque es limitada, no posee una terminal para el arribo de las camionetas que transportan a las personas de la comunidad en tiempo de verano, ni servicio telefónico, existe señal de servicio telefónico celular.

En el sector se evidencia servicios de transporte fluvial generados por los lancheros de la Asociación de Pescadores Artesanales "13 de noviembre", dedicados a la transportación de los habitantes de las comunidades que se encuentran en las riberas de la represa se debe indicar que estos medios de transporte carecen de sistemas de seguridad o de supervisión que permitan establecer el nivel de seguridad de los mismos. Se debe indicar que en la localidad de Puerto Alto se precisan cooperativas de transportes que conectan a las parroquias rurales del cantón.

La infraestructura vial del sector se caracteriza por ser de segundo orden, manteniendo características de accesibilidad en buenas condiciones en las vías de acceso rural se evidencia las condiciones adversas siendo éstas necesarias para conectar con otras comunidades del sector. Se debe indicar que las señaléticas son insuficientes para identificar las áreas con potencial atractivo que motiven la visita.

Entre los servicios básicos se considera que el sector no existe una red de agua entubada y lo hacen a través de vertientes, no posee sistema de alcantarillado,

no cuenta con un subcentro de salud y la red de tendido eléctrico abastece al 90% de la población, no existe gasolineras cercanas, no existen cabinas telefónicas ni cibercafés o establecimientos de uso público de internet, ni oficina de correos, no se cuentan con sistema de salubridad para el manejo de desechos sólidos, otro aspecto es la falta de sistema de alcantarillado por lo que la mayoría de viviendas del sector poseen pozos sépticos o letrinas que no posee ningún mecanismo de eliminación.

4.3 ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO.

La creación de una hostería para mejorar la oferta turística del cantón Bolívar, requiere conocer la percepción general de los visitantes, y es que, al identificar las preferencias de estos, permite establecer el proceso diseño y viabilidad de un producto turístico asertivo a la demanda local y nacional.

Ante ello, el presente estudio de mercado conlleva a establecer líneas técnicas que permitan estructurar los servicios del establecimiento, siendo necesario precisar desde el análisis las características esenciales del mercado, así como de la competencia, de los cuales a continuación se detallan:

4.3.1 ESTUDIO DE LA OFERTA

Para el estudio de la oferta primero se procedió al diseño del instrumento del cuestionario, las preguntas estuvieron orientadas a valorar y proyectar la oferta turística de la provincia para dar especificidad en el establecimiento de líneas de desarrollo y de gestión técnica en el territorio, por lo que se genera los siguientes resultados que permite el contraste cualitativo en el proceso de análisis que sustente el desarrollo servicios de alojamientos diferenciados.

Como lo precisa la Tabla 16 una vez revisada y aplicada para la entrevista dirigida a expertos, técnicos del sector público relacionados al turismo entre los aspectos de inclusión del proceso de selección se consideró conocer elementos de probidad, en el caso de los expertos tener estudios relacionados al tema turístico o estar relacionados desde la experiencia profesional al sector; considerando a los técnicos se aplicaron aspectos de inclusión relacionados al ejercicio profesional y operativo relacionados al turismo que permita caracterizar

a partir del contexto el desarrollo de la actividad, entre los exclusiones se estimó el no estar de acuerdo en la participación del estudio.

Para los prestadores de servicios de alojamientos los aspectos de inclusión fue que el administrador tenga en funcionamiento su establecimiento al menos el último año y como elemento de exclusión el expresar no estar de acuerdo en participar del proceso de entrevista.

Tabla 16.

Listado de expertos, técnicos y prestadores consultados

Expertos consultados	Luis Dionicio Andrade Alcívar	Docente investigador de la carrera de Turismo
	Milton Bravo Bermello	Técnico en la Dirección de Turismo del GAD Pedernales
Personal Técnico del GAD Bolívar	Alex Velásquez Catagua	Especialista 3 turismo, Patrimonio cultura y deporte
	José Manuel Mera Zambrano	Técnico del departamento de ambiente
Prestadores de servicios hoteleros	Hotel Cacao	
	Mi Hotel	
	Hotel Carrizal In	
	Hotel Calceta	
	Hotel El Mango	

Fuente: Elaboración propia

Resultados de la Entrevista aplicada a Expertos en turismo

Desde las consideraciones de los expertos se puede indicar que la actividad turística en la provincia de Manabí tiene una gran potencialidad natural y cultural que la ha convertido en una de las provincias de mayor visitación turística, ante ello se reconoce que mantiene limitaciones, grandes debilidades y amenazas que ponen en riesgo el desarrollo sustentable de esta actividad, uno de estos aspectos es la situación actual post pandemia, donde a pesar de viabilizar acciones desde la política pública para mejorar las condiciones del sector, esta

se encuentra en un proceso lento de reactivación a nivel provincial.

Para los expertos consultados indican que la realidad generada por la pandemia del Covid-19, ha propiciado que la industria hotelera reinvente nuevas formas de mantener la cercanía con los clientes y asegurar la satisfacción de sus expectativas en el cumplimiento de estándares de seguridad e higiene. Entre las principales tendencias está el incremento de la oferta hotelera en las zonas rurales dando diversidad a los servicios desde la potencialidad natural y cultural del entorno; otro aspecto es la tendencia verde en los hoteles, concepto que se compromete con la sostenibilidad en el uso de recursos; un último elemento es la tecnología creciente en la utilización de sistemas de reservas y registros virtuales, así como el uso de llaves digitales.

Ante el tema de las claves del éxito en la gestión hotelera, la visión de los expertos acentúa la contraposición del análisis de sus observaciones, ya que en una primera línea sostiene que la clave para una gestión hotelera exitosa se basa en poseer principios éticos y morales con la sociedad, el entorno natural y el desarrollo económico sustentable; una segunda opinión radica en la necesidad de innovación a partir de la gestión tecnológica que permita identificar la eficiencia operativa, en la automatización de los procesos para evitar errores humanos y promueva la productividad y la reducción de costos.

En referencia al mercado turístico los expertos coinciden en que se debe apuntar el cantón Bolívar es el mercado nacional donde se debe potenciar la oferta turística en la construcción una oferta turística direccionada a promover el turismo de naturaleza, el turismo rural y cultural, y el turismo comunitario.

Otro aspecto relevante es la valoración dada de la oferta hotelera los expertos desde su análisis coinciden en la necesidad de mejorar la infraestructura y gestión de la calidad en los servicios a fin de darles un enfoque complementariedad y de diferenciación con las ofertadas en los destinos de sol y playa que hoy por hoy están mejor posicionadas.

Para establecer las características que debe considerar el desarrollo de una hostería ecológica para ser exitosa, los expertos concuerdan en que es necesario que se mantengan los preceptos éticos orientados a la preservación,

restauración, recuperación y sostenimiento del entorno natural, considerando además la relevancia de involucrar como actor activo a las comunidades locales; por lo que amplían la necesidad de promover un plan de manejo para la aplicación de protocolos de bioseguridad y alimentación saludable.

Por último, para los expertos se deben considerar dos aspectos muy marcados para el desarrollo de la actividad turística y hotelera en el cantón Bolívar, la primera enmarca la gestión pública (GAD cantonal) y la empresa privada (emprendedores) a fin de promover la coordinación interinstitucional para regular y controlar la actividad turística dentro del cantón, con ello se busca estimular desarrollo de emprendimientos ecoturísticos y comunitarios desde una adecuada comercialización en los mercados que demandan este tipo de productos y mejorando la calidad del servicio.

Resultados de la Entrevista aplicada a Técnicos del GAD Bolívar

Desde el criterio técnico del personal del GAD Bolívar concuerdan que el turismo a nivel provincial es un sector dinamizador de la economía por lo que, la evidencia indica que promueve el desarrollo local de las comunidades que han decidido especializarse en la actividad turística, siendo un generador de fuentes de empleos que mejora las condiciones y por ende la calidad de vida de la población.

Los técnicos consultados precisaron que la provincia ha atravesado por dos escenarios catastróficos para la economía como ha sido el terremoto del 16A y la pandemia del COVID 19, estos eventos han generado que el sistema hotelero aplica sistemas preventivos que actualmente se encuentran regulados desde la normativa pública y que precisa instaurar indicadores de calidad que generen la confianza en los turistas que visiten el territorio.

Considerando los aportes sobre la clave de la gestión hotelera se sustenta en las líneas de acción que consideran el componente de gestión de desarrollo que implica el diseño de un servicio diferenciado, único e innovador que destaque frente a los competidores, y de gestión interna para la promoción y prestación de dichos servicios a fin de que llegue a conocerse y atraer a la demanda nacional e internacional.

El análisis técnico precisa que el mercado objetivo al cual se debe apuntar el cantón Bolívar está direccionado al mercado nacional y extranjero ya que las nuevas tendencias están orientadas a la promoción de lo ecológico y donde el turista está atraído por los servicios que implican el convivir con la naturaleza.

Al calificar la oferta hotelera del cantón Bolívar los técnicos consultados coinciden en que presenta debilidades en función de infraestructura y servicios por lo que es necesario propiciar las condiciones de confort y seguridad a los turistas.

Orientados en la tendencia de sustentabilidad los técnicos precisan que las características de las hosterías ecológicas deben estar direccionadas al cuidado respetuoso del medio ambiente por lo que sus servicios gestionan la producción orgánica de los recursos, generan un efecto dinamizador en la economía local, potenciando las condiciones de seguridad en el uso de los espacios, satisfacción y armonía en el disfrute de la naturaleza.

Desde la visión operativa en el desarrollo local los técnicos consultados hacen mención de la necesidad de generar procesos de gestión desde lo público y privado. Desde lo público promoviendo estrategias de reactivación y programas de capacitación para los prestadores de servicios hoteleros, a fin de que estos a su vez promuevan procesos de planificación, innovación y comercialización en la gestión de precios y calidad de los servicios.

Resultados de la Entrevista aplicada a Prestadores de Servicios hoteleros del cantón

Los prestadores de servicios de alojamiento establecen dos aspectos, el primero señala que reciben a turistas de todos los segmentos que provienen de todo el país; en un segundo aspecto señalan que reciben en su mayoría empresarios provenientes de ciudades como Manta, Guayaquil, Sto. Domingo, Cuenca, Quito, Empalme y Esmeraldas. Estos datos denotan que en su mayoría los prestadores de servicio escasamente aplican una investigación de mercado que permita perfilar su público objetivo a fin de direccionar el diseño de servicio a la demanda turística del territorio.

Al establecer la estacionalidad determinada por la temporada alta media y baja las respuestas fueron dispares entre los prestadores ya que determinaron que

esta se da todo el año o en el mes de marzo o de mayo a diciembre, aspectos que evidencia la falta de análisis cronológicos que permitan establecer estudios comparativos a fin de determinar los meses que generan mayor demanda de los servicios de alojamiento. Por otro lado, al establecer los eventos que atraen mayor visitación estos coincidieron que los días feriados generan mayor concurrencia de los turistas internos y externos.

En lo referente al promedio de ocupación del alojamiento durante el año, los prestadores indicaron que esto varía entre el 50% y 80% durante todos los meses del año. Los datos precisan la necesidad de conocer la tasa de ocupación que, desde los criterios de operatividad y rentabilidad determinan en función de la gestión del personal necesario y el mantenimiento de las instalaciones para la prestación del servicio.

Ante la pregunta sobre cuáles son los servicios que mayormente solicitan los huéspedes, los prestadores indican que los servicios que mayormente solicitan son agua caliente, aire acondicionado, internet, servicio de alimentación. Los datos recopilados precisan la importancia de cumplir los estándares de servicios de acuerdo a las normativas vigentes, aspecto que permite cumplir con las disposiciones de funcionamiento para la prestación de alojamientos.

Considerando los servicios complementarios que ofrece el establecimiento, los prestadores indican que no ofrecen esta tipología de servicio, sino que recomiendan a sus clientes sitios donde pueden adquirirlos. Sin duda los datos indican que la prestación de servicios complementarios caracteriza la atención a los clientes de acuerdo a los perfiles y público objetivo identificado por la administración del alojamiento.

Sobre los sitios turísticos son los de mayor preferencia por los visitantes, los prestadores señalan que el Puerto La Esperanza ubicado en la Represa Sixto Durán Ballén es el sitio de mayor visitación por los turistas, entre otros atractivos están las cascadas, las playas de río como Platanales y la gastronomía. Los datos confirman que los huéspedes de los alojamientos consultados confirman que a más de la comodidad que presta el establecimiento, también es una prioridad para los establecimientos direccionar sitios que permitan el disfrutar del entorno natural y cultural del cantón.

Por el contrario, al preguntar sobre los aspectos que menos les gusta a los visitantes, los prestadores indican en su gran mayoría es la inseguridad. Los datos confirman que los establecimientos deben procurar tomar las precauciones básicas que permitan generar sentido de seguridad y confianza tanto dentro como fuera del establecimiento.

Ante la pregunta sobre qué aspectos que debe implementarse para mejorar la oferta y desarrollo turístico, los prestadores indicaron que en el primer caso se requiere la mejora de los atractivos del cantón implementando la mejora de la infraestructura que permitan optimizar la experiencia turística en los sitios identificados como los de mayor atracción en el territorio; en el segundo caso indican que para generar un mayor desarrollo turístico en el cantón se deben promover eventos periódicos que incentiven la visita de los turistas.

Los aspectos señalados por los prestadores hacen hincapié a la importancia que tiene la planificación del GAD Bolívar a fin de proyectar una planificación que sea consensuada con todos los oferentes de los distintos servicios, a fin de que estos precisen las mejoras de sus servicios que permita la atracción masificada no solo del visitante interno del cantón, sino que dé prioridad a establecer una demanda fija a nivel nacional e internacional.

Análisis de resultados de entrevistas aplicadas

Los resultados de las entrevistas entre los expertos en turismo, el personal técnico y prestadores de servicios de alojamiento mantienen sus puntos de coincidencia relativos al potencial natural y cultural del cantón, siendo una actividad que dinamiza la economía local y comunitaria.

En la actualidad las tendencias de alojamiento han cambiado ya que se evidencia un mayor interés por la visitación a los espacios rurales que permita disfrutar del entorno natural y cultural del cantón, por lo que desde la concepción técnica los establecimientos deben estar regulados a fin de instaurar indicadores de calidad, comodidad y seguridad del servicio.

Ante ello, desde la visión de expertos y oferentes el cantón debe enfocar la tipología de turismo rural y de naturaleza a fin de direccionar los servicios

necesarios para suplir la demanda del mercado nacional e internacional, cuyo público objetivo está orientado a realizar actividades relacionadas a lo ecológico.

Por lo que la administración hotelera debe evolucionar de tal manera que permita aplicar procesos operativos eficientes en la dotación del servicio, aspecto clave que promueva el diseño de un servicio diferenciado y la gestión interna en la prestación del servicio de acuerdo a las disposiciones de funcionamiento. Un aspecto que debe mejorarse actualmente es la prestación de servicios complementarios en los establecimientos y aplicar medidas de seguridad y bioseguridad que potencien la confianza de los usuarios y permita aumentar la afluencia y pernoctación de los visitantes.

La implementación de una hostería ecológica es viable ya que permite diversificar los servicios del cantón, ya que estas precisan la dotación de condiciones de confort y seguridad cerca de los espacios naturales por lo que se precisa que este tipo de establecimiento mantengan los preceptos éticos orientados a la preservación, restauración, recuperación y sostenimiento del entorno natural, incluyendo servicios de alimentación con productos orgánicos del entorno.

Por último, para mejorar la actividad turística y hotelera en el cantón Bolívar, se debe promover las redes de cooperación a fin de promover la gobernanza y la política pública necesaria que viabilice la organización público-privada que promueva el desarrollo de emprendimientos ecoturísticos y comunitarios desde una adecuada comercialización en los mercados que demandan este tipo de productos y mejorando la calidad del servicio.

4.3.2 ESTUDIO DE LA DEMANDA

Para el estudio de la demanda se seleccionó una muestra de 384 personas correspondientes a turistas provinciales, nacionales y extranjeros que visitaron el cantón y cuya base de datos fue facilitada por los establecimientos turísticos consultados, la recolección de datos se realizó en el mes marzo del 2022.

Posteriormente se procedió al diseño del instrumento de investigación, como lo es el cuestionario para la encuesta, la cual fue elaborada en base a las variables que determinan e influyen en la demanda turística; el cuestionario fue

desarrollado de manera clara y estructurada con preguntas y escalas de importancia, de opción múltiples y de valoración. Se precisa que el cuestionario cuenta con 22 ítems estructurado que está dividido en 4 componentes:

El primer componente sobre datos generales, el cual tiene como objetivo obtener información para determinar las características de los visitantes y donde figuran aspectos como la procedencia, género, nacionalidad y rango de edad correspondientes a las preguntas 1 hasta el 5.

El segundo componente tiene la finalidad de medir la percepción que tiene la demanda en cuanto a la motivación, temporalidad, preferencias, frecuencia y valoración del servicio de alojamiento proporcionado por los establecimientos del cantón, y estas corresponden a las preguntas 6 hasta la 12.

En el tercer componente referido a los gustos y preferencias de los visitantes en relación a la percepción de los servicios obtenidos por lo que hace relación a la valoración de las actividades que les gustaría realizar, la importancia de la seguridad, ubicación, equilibrio con la naturaleza y la alimentación, correspondiente a las preguntas 13 hasta la 18.

El cuarto componente determina los niveles de satisfacción que considera los atributos positivos y negativos del destino, aspecto que permite conocer si el destino sobrepasa la expectativa y promueve la recomendación del destino o la repetición de la visita, viéndose referido en las preguntas 19 y 20.

Por último, el quinto componente tiene como objetivo establecer conocer el nivel de aceptación de la demanda ante la creación y disponibilidad de pagar por los servicios de una nueva oferta de alojamiento en el cantón, referidas a las preguntas 21 y 22.

Tabla 17.

Ciudad de Residencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bolívar	95	24,1	24,7	24,7
	Prefieren no decir	49	12,4	12,8	37,5
	Guayaquil	47	11,9	12,2	49,7

	Chone	32	8,1	8,3	58,1
	Portoviejo	26	6,6	6,8	64,8
	Tosagua	11	2,8	2,9	67,7
	Quevedo	14	3,5	3,6	71,4
	Quito	11	2,8	2,9	74,2
	Santo Domingo	11	2,8	2,9	77,1
	Pedernales	10	2,5	2,6	79,7
	Jipijapa	10	2,5	2,6	82,3
	Junín	10	2,5	2,6	84,9
	Canuto	10	2,5	2,6	87,5
	Santa Ana	7	1,8	1,8	89,3
	Pichincha - Manabí	8	2,0	2,1	91,4
	Santa Elena	6	1,5	1,6	93,0
	Esmeraldas	5	1,3	1,3	94,3
	Cuenca	5	1,3	1,3	95,6
	El Carmen	5	1,3	1,3	96,9
	Flavio Alfaro	3	,8	,8	97,7
	Montecristi	2	,5	,5	98,2
	España	1	,3	,3	98,4
	El Paraiso	1	,3	,3	98,7
	Galápagos	1	,3	,3	99,0
	La Concordia	1	,3	,3	99,2
	Jaramijó	1	,3	,3	99,5
	Durán	1	,3	,3	99,7
	28	1	,3	,3	100,0
	Total	384	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	11	2,8		
Total		395	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Acorde a los datos presentados se distingue que los encuestados provienen de diversas ciudades del país.

Los datos presentados permiten enmarcar que el mercado objetivo predominante está en la región Costa, teniendo un flujo de visitantes considerables de la ciudad de Guayaquil y a nivel provincial Chone, hacia el cual se debe apuntar la oferta de la propuesta, este aspecto es de vital importancia porque a más de identificar el grupo focal se logra identificar sus características culturales y sociales, lo que permite establecer las particularidades que motivan la visita al territorio.

Tabla 18.*Género*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	192	48,6	50,0	50,0
	Femenino	183	46,3	47,7	97,7
	Otro	3	,8	,8	98,4
	Prefiero no decirlo	6	1,5	1,6	100,0
	Total	384	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	11	2,8		
Total		395	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Los resultados son equitativos es establecer la equidad a partir de considerar las preferencias por género, ya que permite identificar las conductas y patrones de razonamiento ante la compra de los servicios de alojamiento, aspecto muy considerado en el marketing para establecer el prototipo de la demanda.

Tabla 19.*Nacionalidad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ecuatoriana	354	89,6	92,2	92,2
	Cubana	1	,3	,3	92,4
	Venezolana	8	2,0	2,1	94,5
	Otra	2	,5	,5	95,1
	5	19	4,8	4,9	100,0
	Total	384	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	11	2,8		
Total		395	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en los datos generados en relación a la nacionalidad del estudio de mercado se distinguió que predominan los ecuatorianos en un 93,2%, mientras que en menor proporción se destacan los venezolanos y cubanos. Los datos proporcionados permiten identificar la cobertura geográfica que tiene el

destino en relación al posicionamiento que tiene en el ámbito internacional, así mismo permite valorar los alcances y medios comunicacionales de la promoción por los cuales se comercializa el cantón.

Tabla 20.

Dedicación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Empresario	17	4,3	4,4	4,4
	Empleado Público	92	23,3	24,0	28,4
	Jubilado	14	3,5	3,6	32,0
	Estudiante	74	18,7	19,3	51,3
	Profesional	16	4,1	4,2	55,5
	Empleado privado	44	11,1	11,5	66,9
	Trabajador por cuenta propia	77	19,5	20,1	87,0
	Otro	32	8,1	8,3	95,3
	No contesta	18	4,6	4,7	100,0
	Total	384	97,2	100,0	
Perdidos	Sistemas	11	2,8		
Total		395	100,0		

Fuente: Elaboración propia

En relación a la dedicación según los resultados del estudio que se exponen en la tabla anterior se identificó que el mercado de la hostería en un 24% son empleados públicos.

En efecto, estos datos constituyen una fuente de información clave para el diseño, desarrollo de un nuevo servicio de alojamiento ya que permite determinar la situación económica actual y capacidad adquisitiva de la demanda, que desde los resultados expuestos son principalmente los empleados públicos, emprendedores y estudiantes quienes generalmente viajan en épocas de feriados y en vacaciones que poseen mayor conciencia sobre la maximización de su tiempo entre otros aspectos que se deben tomar en cuenta en la investigación.

Tabla 21.*Rango de Edad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 20	57	14,4	14,8	14,8
	Entre 20 y 29	84	21,3	21,9	36,7
	Entre 30 y 39	100	25,3	26,0	62,8
	Entre 40 y 49	75	19,0	19,5	82,3
	Más de 50	57	14,4	14,8	97,1
	No contesta	11	2,8	2,9	100,0
	Total	384	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	11	2,8		
Total		395	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos permiten conocer la conducta de compra e intereses de la demanda, así como define respalda el nivel de independencia económica para el consumo de un servicio turístico. En este sentido, el mercado objetivo está centrado en adultos de 30 a 39 años y demandantes jóvenes que se encuentran en el rango de los 20 a 39 años de edad, por lo que ello permitiría diseñar una oferta de productos y servicios que implique diversión, actividad y que genere experiencias acordes a su edad.

Tabla 22.*¿Cuál es la motivación de viaje?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ocio, recreo y vacaciones	207	52,4	53,9	53,9
	Visita a parientes y amigos	99	25,1	25,8	79,7
	Negocios y motivos profesionales	29	7,3	7,6	87,2
	Tratamientos de salud	2	,5	,5	87,8
	Otros	25	6,3	6,5	94,3
	No contesta	22	5,6	5,7	100,0
	Total	384	97,2	100,0	

Perdidos	Sistema	11	2,8		
Total		395	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Acorde a lo expuesto se distinguen que los principales motivos por los cuales viaja generalmente el mercado encuestado corresponden por ocio, recreo y vacaciones en un 53,9%.

Conocer las motivaciones turísticas permite entender las necesidades y expectativas de la demanda, ya que de acuerdo a la preferencia se logra determinar y dar complementariedad a la oferta, ante ello desde los resultados obtenidos el ocio y recreación denotan la capacidad y disponibilidad de viajar, así como el interés de que los alojamientos tengan capacidad de prestación de servicios complementarios que potencien la experiencia turística en relación con las características que el territorio puede ofrecer.

Tabla 23.

¿Cómo viaja regularmente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Solo/a	44	11,1	11,5	11,5
	Con familia	215	54,4	56,0	67,4
	Con amigos	42	10,6	10,9	78,4
	En pareja	63	15,9	16,4	94,8
	No contesta	20	5,1	5,2	100,0
	Total	384	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	11	2,8		
Total		395	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Los resultados permiten establecer que entre las principales preferencias de viajes es con las familias o con parejas por lo que enmarca la capacidad y disponibilidad económica, así como la necesidad que tiene la demanda de aprovechar los tiempos de esparcimiento y recreación para el fortalecimiento de los lazos familiares a fin de crear experiencias únicas fuera de la cotidianidad.

Tabla 24.

¿Con qué frecuencia se hospeda en algún alojamiento turístico?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	195	49,4	50,8	50,8
	De una a dos veces	101	25,5	26,3	77,1
	De 3 a 5 veces al año	18	4,6	4,7	81,8
	Más de 5 veces al año	52	13,2	13,5	95,3
	No contesta	18	4,6	4,7	100,0
	Total	384	97,2	100,0	
Perdido	Sistemas	11	2,8		
Total		395	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos a través del estudio de mercado, se establece que el 50,8% casi nunca se hospeda en algún alojamiento turístico.

Los datos manifiestan la imperante necesidad del sector de hospedaje en conjunto con los gestores turísticos de incentivar al mercado real y potencial a pernoctar en los destinos y, por ende, hacer uso del establecimiento hotelero. Donde la creación de una hostería, con una oferta atractiva y novedosa, ciertamente atraerá la atención de visitantes que deseen alojarse de una forma distinta y consciente, al igual que podría promover la lealtad en sus huéspedes y fomentar con ello la frecuencia de hospedaje.

Tabla 25.

¿En qué tipo de alojamiento se hospeda más?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hostería	139	35,2	36,2	36,2
	Hostal	161	40,8	41,9	78,1
	Hotel	61	15,4	15,9	94,0
	Resort	13	3,3	3,4	97,4
	Otros	10	2,5	2,6	100,0
	Total	384	97,2	100,0	
Perdidos	Sistemas	11	2,8		

Total	395	100,0		
-------	-----	-------	--	--

Fuente: Elaboración propia

Lo que significa la preferencia de alojarse en dos tipos de alojamientos como son las hosterías y hostales, desde el análisis se debe indicar que la causa de ello se debe a la deficiente y poco diversificada oferta hotelera del cantón, que en su mayoría solo centra el servicio hospedaje específicamente, generando una escasa integración de otros servicios complementarios y de apoyo necesarios para la satisfacción del mercado. Por lo que, en consecuencia, la implementación de una hostería permite contribuir a la mejora de la oferta hotelera de Bolívar podría convertirse en una opción más y atractiva para alojarse en el territorio.

Tabla 26.

¿Se ha alojado en el cantón Bolívar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	111	28,1	28,9	28,9
	No	264	66,8	68,8	97,7
	No contesta	9	2,3	2,3	100,0
	Total	384	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	11	2,8		
Total		395	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Los datos permiten establecer dos enfoques, la primera está direccionada a contrastar los resultados de la pregunta anterior sobre el tipo de alojamiento que ha utilizado la demanda, el cual en un poco más del 70% indican que se han hospedado en hostales y hosterías por lo que se acentúa el segundo enfoque que es el desinterés de la demanda en hospedarse en los establecimientos del cantón ya que estos carecen de servicios complementarios que motiven la pernoctación.

Tabla 27.

¿Cuál es el lugar más cercano al cantón Bolívar donde se ha alojado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	--	------------	------------	-------------------	----------------------

Válido	Nunca se ha alojado	85	21,5	22,1	22,1
	Sólo se ha alojado en Bolívar	62	15,7	16,1	38,3
	Chone	42	10,6	10,9	49,2
	No contesta	41	10,4	10,7	59,9
	Manta	40	10,1	10,4	70,3
	Portoviejo	37	9,4	9,6	79,9
	Bahía	12	3,0	3,1	83,1
	San Jacinto	9	2,3	2,3	85,4
	Canoa	9	2,3	2,3	87,8
	San Clemente	7	1,8	1,8	89,6
	Junín	8	2,0	2,1	91,7
	Tosagua	6	1,5	1,6	93,2
	Puerto López	5	1,3	1,3	94,5
	Pedernales	3	,8	,8	95,3
	Santa Ana	3	,8	,8	96,1
	Otros	2	,5	,5	96,6
	17	13	3,3	3,4	100,0
	Total	384	97,2	100,0	
Perdidos Sistema		11	2,8		
Total		395	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Los datos demuestran que un alto número de encuestados que nunca se han alojado, aunado a otra proporción que no da respuesta a la pregunta planteada; por lo que se evidencia un porcentaje importante que han optado en hospedarse en los alojamientos del cantón, de igual manera hay resaltar que entre los cantones cercanos a Bolívar, Chone mantiene la preferencia principal entre los participantes de la encuesta, siguiendo Manta y Portoviejo en menores rangos aparecen los cantones del centro y de la zona costera de la provincia.

Tabla 28.

Seleccione en qué medida valora las características y servicios de alojamientos siendo uno nada y cinco mucho

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	5	114	28,9	29,7	29,7
	4	89	22,5	23,2	52,9
	3	44	11,1	11,5	64,3
	2	61	15,4	15,9	80,2
	1	41	10,4	10,7	90,9
	No contesta	35	8,9	9,1	100,0

	Total	384	97,2	100,0
Perdidos	Sistema	11	2,8	
	Total	395	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Los datos revelan que entre los principales aspectos que valoran en las características y servicios de alojamientos son preponderante en la motivación de la compra por parte de la demanda, por lo que constituyéndose un indicador clave para tener en cuenta a la hora del diseño y caracterización de la oferta hotelera de futuros establecimientos ya que es un factor importantemente valorado por los demandantes.

Tabla 29.

¿Qué cantidad de actividades se pueden realizar en el alojamiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	5 actividades	80	20,3	20,8	20,8
	4 actividades	104	26,3	27,1	47,9
	3 actividades	85	21,5	22,1	70,1
	2 actividades	58	14,7	15,1	85,2
	1 actividad	29	7,3	7,6	92,7
	No contesta	28	7,1	7,3	100,0
	Total	384	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	11	2,8		
	Total	395	100,0		

Fuente: Elaboración propia

En consecuencia, para lograr la satisfacción en los demandantes con respecto al número de actividades los establecimientos hoteleros que se proyecten para su creación e implementación podrían considerar ofrecer entre tres a cuatro actividades o servicios complementarios para establecer los niveles de satisfacción y fidelización a través de la experiencia turísticas que estos ponderen en el uso del servicio de alojamiento.

Tabla 30.

¿Cómo valora la seguridad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	5	120	40,4	41,3	41,3
	4	98	24,8	25,5	56,8
	3	50	12,7	13,0	69,8
	2	40	10,1	10,4	80,2
	1	39	9,9	0,2	90,4
	No contesta	37	9,4	9,6	100,0
	Total	384	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	11	2,8		
Total		395	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Los datos acentúan la importancia de la seguridad integral, desde el cuidado de las instalaciones, la bioseguridad, y en el uso de los servicios que diseñe el desarrollo de un nuevo producto. Siendo este aspecto una característica de gestión y de éxito para los establecimientos de alojamiento por lo que se debe procurar garantizarla y sistematizarla dentro de la gestión organizacional.

Tabla 31.

¿Cómo valora la ubicación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	5	99	25,1	25,8	25,8
	4	98	24,8	25,5	51,3
	3	63	15,9	16,4	67,7
	2	58	14,7	15,1	82,8
	1	58	14,7	15,1	97,9
	No contesta	8	2,0	2,1	100,0
	Total	384	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	11	2,8		
Total		395	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Los datos obtenidos enmarcan la importancia de la ubicación de un determinado alojamiento es determinante en los criterios de selección de los turistas, ya que les permite cubrir las expectativas que se hayan identificado en la motivación de la demanda, por ello la creación e implementación de nuevos establecimientos deben considerar un sitio estratégico que propicie la atracción natural y

paisajística del cantón, siendo esta una de las principales características que se deben considerar para atraer al mercado.

Tabla 32.

¿Cómo valora la armonía con la naturaleza?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	5	103	26,1	26,8	26,8
	4	94	23,8	24,5	51,3
	3	66	16,7	17,2	68,5
	2	46	11,6	12,0	80,5
	1	32	8,1	8,3	88,8
	No contesta	43	10,9	11,2	100,0
	Total	384	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	11	2,8		
Total		395	100,0		

Fuente: Elaboración propia

En efecto, se determina a raíz de los datos que indican que la mayor parte de la muestra valora la armonía con el medio por lo que la implementación de la hostería pretenderá localizarse en un ambiente predominantemente rural y natural, respetando el ambiente de modo que se cree una conformidad con el entorno local.

Tabla 33.

¿Cómo valora un alojamiento que tenga el servicio de alimentación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	5	88	22,3	22,9	22,9
	4	114	28,9	29,7	52,6
	3	65	16,5	16,9	69,5
	2	52	13,2	13,5	83,1
	1	29	7,3	7,6	90,6
	No contesta	36	9,1	9,4	100,0
	Total	384	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	11	2,8		
Total		395	100,0		

Fuente: Elaboración propia

A partir de lo expuesto se debe resaltar la importancia de la oferta de servicios de alimentos y bebidas en los establecimiento de alojamiento ya que esto potencia la experiencia turística en la prestación de servicio, sin duda para muchos prestadores este requerimiento demanda de la aplicación de normativas que promueva la seguridad alimentaria y la calidad de los insumos; siendo un aspecto que permite complementar la atención al visitante, por lo cual es determinante considerar la implementación de una infraestructura adecuada para la dotación operacional del servicio, de manera que se garantice a los huéspedes y al personal un ambiente sano, seguro y reconfortante.

Tabla 34.

¿Cómo valora el silencio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	5	84	21,3	21,9	21,9
	4	105	26,6	27,3	49,2
	3	69	17,5	18,0	67,2
	2	63	15,9	16,4	83,6
	1	29	7,3	7,6	91,1
	No contesta	34	8,6	8,9	100,0
	Total	384	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	11	2,8		
Total		395	100,0		

Fuente: Elaboración propia

El confort acústico es un indicador relevante en aquellos visitantes que buscan alejarse de lo cotidiano, siendo un componente que motiva el descanso y el interés de relajación por parte del turista, ante ello es importante que los alojamientos ofrezcan espacios de tranquilidad y el disfrute del silencio, aspectos que enmarcan la calidad de las instalaciones y la promoción de experiencias únicas.

Tabla 35.

Si ha visitado el cantón Bolívar ¿qué es lo que más le ha gustado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Gastronomía	47	11,9	12,2	12,2
	Represa	47	11,9	12,2	24,5
	No contestó	46	11,6	12,0	36,5
	Paisajes y naturaleza	43	10,9	11,2	47,7
	Balnearios	27	6,8	7,0	54,7
	No ha visitado el cantón	26	6,6	6,8	61,5
	Todo	24	6,1	6,3	67,7
	Diversos sitios turísticos	24	6,1	6,3	74,0
	Casco urbano	23	5,8	6,0	79,9
	Cascadas	18	4,6	4,7	84,6
	Gente	16	4,1	4,2	88,8
	Festival el Balsero	10	2,5	2,6	91,4
	Tranquilidad	10	2,5	2,6	94,0
	Turismo rural	9	2,3	2,3	96,4
	Tradiciones	5	1,3	1,3	97,7
	Fiestas	5	1,3	1,3	99,0
	Complejos turísticos	3	,8	,8	99,7
	Artesanías	1	,3	,3	100,0
	Total	384	97,2	100,0	
	Perdidos	Sistema	11	2,8	
Total		395	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Como se puede visibilizar en los resultados los encuestados han identificado los principales aspectos que han gustado en la visita al cantón señalando en un 12,2% la gastronomía y un mismo resultado a la Represa La Esperanza, a la par de los paisajes y naturaleza.

Los resultados enmarcan las preferencias de la demanda en función de los atractivos del cantón, siendo relevante que el espejo de agua que propicia el Puerto La Esperanza y en general todo el embalse de la represa se convierte en un recurso que puede potenciar una serie de actividades turísticas en el territorio.

Tabla 36.

Si ha visitado el cantón Bolívar ¿qué es lo que menos le ha gustado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No contesta	67	17,0	17,4	17,4
	No ha visitado	35	8,9	9,1	26,6
	Inseguridad y delincuencia	30	7,6	7,8	34,4
	Calles y carreteras	24	6,1	6,3	40,6
	Atención al cliente	19	4,8	4,9	45,6
	Falta de cuidado del ambiente	25	6,3	6,5	52,1
	El terminal terrestre	18	4,6	4,7	56,8
	Poca inversión en turismo	18	4,6	4,7	61,5
	Ruido y desorden	16	4,1	4,2	65,6
	Alojamiento poco innovador	15	3,8	3,9	69,5
	Pocos sitios turísticos innovador	13	3,3	3,4	72,9
	Nada	13	3,3	3,4	76,3
	Todo le gusta	12	3,0	3,1	79,4
	Deficiente servicio en restaurantes	12	3,0	3,1	82,6
	Accesos a lugares turísticos	12	3,0	3,1	85,7
	Falta de aseo en el mercado	12	3,0	3,1	88,8
	Centro de la ciudad	11	2,8	2,9	91,7
	Clima	10	2,5	2,6	94,3
	Falta de información y guías	5	1,3	1,3	95,6
	Platanales	5	1,3	1,3	96,9
	Gastronomía	6	1,5	1,6	98,4
	Barrios periféricos	3	,8	,8	99,2
	Servicios de salud	2	,5	,5	99,7
	24	1	,3	,3	100,0
Total		384	97,2	100,0	
Perdidos	Sistema	11	2,8		
Total		395	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Así mismo expresaron con menor preponderancia que no les agradó el terminal terrestre, la poca inversión en turismo y el ruido y el desorden en un 4,7%, paralelamente, y con porcentajes menores a 3,4% hasta 0,3% no le gustó al mercado que ha visitado Bolívar la falta de innovación de los sitios turísticos, a otros nada, mientras que a una parte de la muestra expresó que le gusta todo, unos señalaron que no les agrada el deficiente servicio en restaurantes, la falta de acceso a lugares turísticos, la falta de aseo en sitios claves, el centro de la ciudad, el clima, la falta de información y guías, los barrios periféricos y los servicios de salud.

Tabla 37.

¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por un hospedaje en una hostería ecológica en los alrededores de la Represa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de \$20	96	24,3	25,0	25,0
	Entre \$20 y \$40	139	35,2	36,2	61,2
	Entre \$41 y \$60	54	13,7	14,1	75,3
	Más de \$60	13	3,3	3,4	78,6
	No contesta	41	10,4	10,7	89,3
	Dependiendo de los servicios	41	10,4	10,7	100,0
	Total	384	97,2	100,0	
Perdidos Sistema		11	2,8		
Total		395	100,0		

Fuente: Elaboración propia

En este sentido, los resultados enmarcan la preferencia en el gasto que puede generar el hospedaje del visitante en una hostería a la ribera de la represa fluctúan entre los \$20 a \$40 dólares, aspecto que enmarca la preferencia de los visitantes en potenciar su experiencia turística a través de la complementariedad de los servicios y actividades que se pueden desarrollar en los alrededores de este atractivo.

Tabla 38.

¿Qué considera que debe tener una hostería para ser considerada de calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Buen servicio y atención	84	21,3	21,9	21,9
	Instalaciones agradables	54	13,7	14,1	35,9
	Limpieza	48	12,2	12,5	48,4
	No contesta	37	9,4	9,6	58,1
	Comodidades	36	9,1	9,4	67,4
	Comodidad	31	7,8	8,1	75,5
	Seguridad	27	6,8	7,0	82,6
	Buen precio	25	6,3	6,5	89,1
	Contacto con la naturaleza	17	4,3	4,4	93,5
	Buena alimentación	11	2,8	2,9	96,4
	Áreas de recreación	11	2,8	2,9	99,2
	Spa	3	,8	,8	100,0
	Total	384	97,2	100,0	

Perdidos Sistema	11	2,8		
Total	395	100,0		

Fuente: Elaboración propia

En concordancia con los resultados denota que son varios los aspectos que debe tener una hostería para ser considerada de calidad por parte del mercado, aunque ciertamente, los encuestados se declinaron predominantemente hacia tres elementos que giran en torno al buen servicio y atención, al aspecto de las instalaciones y la limpieza fundamentalmente.

4.3.3. ESTUDIO DE LA COMPETENCIA

En esta sección se requiere la aplicación de la matriz de perfil competitivo, instrumento que permite identificar a la competencia inmediata, así como sus fortalezas y debilidades; desde este marco y considerando la naturaleza de proyección de la creación de una hostería objetivo principal del estudio, por lo que se precisa el análisis de los establecimientos desde la cercanía provincial y local.

En primera instancia para el proceso de evaluación, se establecen los factores claves de éxitos que son considerados como aspectos relevantes de la calidad de los atractivos y servicios que perciben los visitantes desde la matriz de perfil competitivo se aplicó la siguiente puntuación: 0,0= sin importancia; 1,0=muy importante/ 1=debilidad; 2 debilidad menor; 3= fortaleza menor; 4= fortaleza importante (Bravo y Intriago, 2015, p.61).

Tabla 39.

Matriz de Perfil Competitivo

Factores Claves de Éxito	Ponderación n	Hostería Vermor - Junín		Hostería Chone Park – Chone		Hostería San Valentín – Sta. Ana	
		Clasificación	Resultado Ponderado	Clasificación	Resultado Ponderado	Clasificación	Resultado Ponderado
Infraestructura física	0,10	4	0,4	4	0,4	3	0,3
Confort habitaciones	0,15	4	0,6	4	0,6	3	0,45

Entorno natural	0,10	3	0,3	2	0,2	3	0,3
Restaurante y otros servicios adicionales	0,20	3	0,6	4	0,8	4	0,8
Áreas sociales y recreativas	0,10	4	0,4	4	0,4	3	0,3
Competitividad en precios	0,15	3	0,45	4	0,6	3	0,45
Accesibilidad	0,10	3	0,3	4	0,4	4	0,4
Promociones y Marketing digital	0,10	3	0,3	4	0,4	2	0,2
Total de resultados	1,00		3,35		3,80		3,2

Fuente: Elaboración propia

Considerando los resultados obtenidos en la Tabla 39 referente a la matriz de perfil competitivo, que está integrada por hosterías cercanas al cantón Bolívar como son Chone y Santa Ana, las cuales mantienen características ideales en infraestructura, confort en las habitaciones cuentan con servicios de alimentación y servicios de recreación relacionados a las actividades recreativas en entornos rurales, siendo accesibles y promotores de un Marketing digital para atraer a visitantes de la provincia y del país con un nivel adquisitivo de nivel medio – alto.

Cabe señalar que la creación de la Hostería en el cantón Bolívar se convierte en una propuesta idónea ya que no existen otros establecimientos de primer nivel en el territorio o en sus proximidades, que ofrecen los servicios de alojamientos, alimentación y de recreación sustentados desde el recursos natural espejo de agua como es la Represa la Esperanza, la cual por su geografía e hidrografía se encuentra próxima una serie ríos y caudales que son aprovechados para el esparcimiento en balnearios y cascadas, y cuyo entorno propicia una mayor vistosidad por la variedad paisajística y elementos faunísticos del sector.

Análisis de la Competencia local

En el análisis de la competencia local se debe precisar que no existe establecimiento similar al proyectado en las proximidades de la represa o del cantón; a pesar de ello se consideran el asentamiento de dos fincas que ofrecen bajo reserva el servicio de alojamiento, alimentación y servicios de recreación siendo estos limitados, y cubrir escasamente a la demanda local.

Tabla 40.*Matriz de competencia local*

Establecimientos	Finca Lalito	Finca Ecológica Oasis
Factores		
Tiempo de traslado desde Calceta	18 km. 28 minutos	17km 24 minutos
Accesibilidad	En buen estado	En buen estado
Medios	Redes sociales: Facebook, Instagram	Redes sociales: Facebook, Instagram
Perfil de turista	Empleados públicos Grupos sociales Eventos	Ecoturistas Jóvenes aventureros
Servicios principales	Alimentación Hospedaje Zonas de Camping Zonas de BBQ y horno de leña Zona de Hamacas y Mirador Paseos en canoa Cine exterior	Alimentación Hospedaje Kayak – Motos acuáticas
Características de alojamientos	Casa de huéspedes con 4 habitaciones, 5 baños, jacuzzi, cocina, wifi	Lodge
Atención	Bajo reservación	Sábado – Domingo
Precios	Paquetes diarios de 10 a 15 dólares Servicios de hospedaje con previa reserva.	Paquetes diarios de 10 a 20 dólares Servicios de hospedaje con previa reserva.

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 40 hace un análisis sobre la relevancia que tiene la creación de la hostería como proyección de una oferta permanente que cubra las necesidades de la demanda a fin de implementar estándares en la calidad de la atención y en la diversificación en la prestación de los servicios.

Ante ello, desde el análisis de expertos y técnicos en turismo señalan que una de las deficiencias y debilidades del sector en la provincia es la falta de establecimientos de primer nivel que promuevan un turismo sustentable, por lo que el crecimiento del sector se estandariza en las zonas de costa por la diversidad de servicios de recreación ya sea deportivos o culturales que combinados en el entorno paisajístico pondera y motivan la visitación. Al considerar la oferta hotelera del cantón Bolívar considera que esta debe diversificarse y especializarse a fin de mejorar la calidad del servicio para propiciar el confort al visitante y generar la promoción en medios tecnológico, por lo que consideran que la oportunidad de crear un establecimiento hotelero aprovechando los recursos naturales y culturales propios del cantón, lo que permite la promoción del turismo rural y ecológico.

Considerando la perspectiva de los prestadores de servicios de alojamientos del cantón, estos indican que no tienen segmentados por lo que están direccionados a la atención del público en general, indican también que las temporadas altas se dan en los feriados y en los meses de mayo a diciembre. Estos precisan además la importancia de la dotación de servicios de alimentación y otros complementarios como aire caliente, aire acondicionado e internet, siendo estas necesidades por cubrir a los visitantes; entre otros aspectos que promueve el turismo en el cantón es la represa, los parques, cascadas y la gastronomía, de igual manera entre las situaciones que menos gusta a los turistas es el acceso a la ciudad y la inseguridad; por último al consultar sobre cómo se puede mejorar la oferta en el cantón estos indican que se debe mejorar la infraestructura y con ello la implementación de servicios complementarios, tanto en sus establecimientos como en los principales atractivos del cantón.

3.3.4 DISEÑO DEL PRODUCTO

Naturaleza de la propuesta

Considerando los resultados obtenidos en la encuesta aplicada, se afirma que entre las principales preferencias de alojamiento de la demanda están las hosterías, ya que apuntan a valorar los espacios que mantengan armonía con la naturaleza y que pueda proveer de actividades de recreación que sean complementarias a los servicios de hospedaje y alimentación.

La diversidad de los servicios permite suplir una de las características principales del mercado turístico interno el cual consiste que en su mayoría las visitas son de familias, por lo que se precisa el diseño de una propuesta de alojamiento que permita suplir las necesidades de la demanda diagnosticada.

La propuesta de una hostería que conjuga tradición y naturaleza está diseñada para que todos los turistas y visitantes puedan disfrutar de estos ambientes y que también que el cantón tenga un sitio turístico que mejore la economía y la imagen turística del mismo. Por esta razón, este proyecto se va a implantar en un sitio estratégico teniendo una ubicación única.

Esta empresa será de naturaleza privado, pero beneficiará a las comunidades aledañas directa e indirectamente; ya que, se utilizará mano de obra local tanto para la construcción, así como para el funcionamiento y mantenimiento de la misma, en la medida de lo posible las materias primas utilizadas serán de las comunidades aledañas.

Nombre de la Hostería

Hostería Tradición

Logotipo

Tabla 41.

Diseño de la Marca Hostería Tradición

Elementos de la Marca	Descripción
-----------------------	-------------

Logo

El logo genera la perspectiva de la naturaleza en el espacio rural, caracterizado por construcciones amigables con el medio ambiente promoviendo el estilo rústico en el diseño de espacios interiores y exteriores.

Eslogan

“Elige tu propia aventura”

Promueve la diversidad natural y cultural como valor intrínseco de la marca, pues potencia los valores y misión en la atención a partir de generar servicios de recreación que generen experiencias agradables a los visitantes.

Fuente: Elaboración propia

Misión

Hostería Tradición es una empresa privada que tiene la misión de potenciar actividades turísticas de naturaleza y promover los valores culturales de la localidad, proporcionando a nuestros visitantes servicios de alojamiento, alimentación y servicios de recreación y esparcimiento, propiciando experiencias únicas e inolvidables desde la belleza paisajística del cantón.

Visión

La Hostería Tradición tiene la visión de ser referente en la atención al cliente y de acciones de sostenibilidad que permita mantener los entornos naturales y proyectar a nuestros visitantes la importancia del cuidado ambiental.

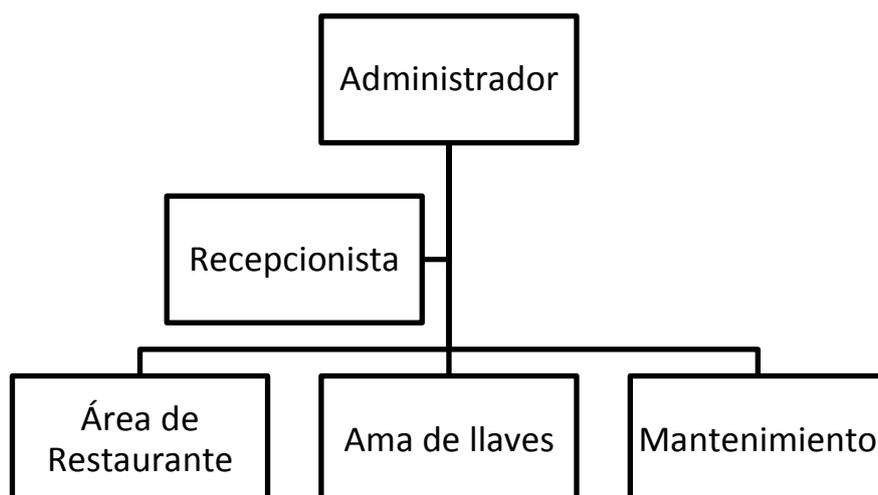
Valores

- Sentido de responsabilidad, a fin de promover un servicio de calidad con calidez que permita cubrir las expectativas de los visitantes.
- Respeto, mantener relaciones de cordialidad con nuestros empleados y clientes.
- Respeto por la naturaleza, mantener una actitud de observancia permanente, a fin de minimizar los impactos al entorno y propiciar el sentido de equilibrio y de ayuda para mantener nuestros espacios.
- Sostenibilidad, propiciar el sentido de compromiso en nuestros visitantes sobre la importancia de proteger la naturaleza a fin de que las generaciones futuras identifiquen elementos que les permita vivir en armonía con la naturaleza.

Estructura organizacional

Figura 11.

Organigrama funcional



A partir de la Figura 11 se precisa la descripción de cargos y responsabilidades sustentadas desde el organigrama funcional del establecimiento:

- **Administrador:** responsable operación eficiente de cada área a fin de gestionar de forma adecuada los recursos para el sostenimiento del establecimiento y la prestación de servicios de calidad. Supervisa las actividades del personal permanente y del personal rotativo en caso de ser requerido. Entre otras funciones está las revisiones a los inventarios y estados financieros; supervisa el proceso de cobro a clientes individuales o grupales, implementa el sistema de marketing mix, y mantiene un perfil de representación institucional para la cooperación con otros establecimientos turísticos.
- **Recepcionista:** atiende las solicitudes de reservas individuales y grupales, manejo de redes sociales para la promoción de establecimiento, control del correo institucional, da información sobre los servicios de recreación interna que oferta el establecimiento, así como los recursos y atractivos turísticos en los alrededores del mismo. Mantiene actualizado el archivo para el sustento de las operaciones.
- **Jefe de restaurante:** responsable ante el administrador de la administración del área de alimentos y bebidas. Coordina con el administrador los programas de promoción, elabora los menús, y se encarga de la compra de los productos, así como contratar personal rotativo, supervisa las normas de bioseguridad y seguridad alimentaria.
- **Ama de llaves,** tiene a su cargo el mantenimiento, limpieza y confort de las cabañas, así como los espacios sociales, culturales y menajes del establecimiento, revisa inventarios y elabora el presupuesto de gastos, mantiene contacto directo con los visitantes, orientados los recorridos del área, desarrolla paquetes de visita promocionales, mantiene la revisión y control del control de la ropería.
- **Jefe de Mantenimiento:** es el responsable ante el administrador de las acciones de cuidado y conservación de las instalaciones eléctricas y de plomería del establecimiento, promueve sistema de mantenimiento preventivo de las áreas recreativas que permita la preservación de los equipos e instalaciones, promueve ayuda a Ama de llaves y jefe de

restaurante, administra el uso adecuado de las herramientas y equipos para el mantenimiento correctivo, elabora planes de gastos, contrata personal rotativo en caso de ser necesario.

Descripción del portafolio de servicios

Con el propósito de formular una propuesta en la cual su enfoque sea la recreación, el ocio y hospedaje de las personas de una manera donde existan diferentes puntos de atracciones como espacios que permitan distraerse, culturizarse y hospedarse, este proyecto se basa en la tipología de una hostería que conjugue naturaleza y tradición en un ambiente agradable. Se brindarán los siguientes servicios:

Cabañas para alojamiento: el principal producto de la empresa son las cabañas de estilo rústico se ubicarán en los sitios donde se tenga la menor molestia posible, para que los huéspedes puedan disfrutar de un agradable descanso, además de que se implementarán un área externa con sillones como parte fundamental para el disfrute de las personas.

Restaurante: La construcción del restaurante se la hará con material mixto de caña y madera, para permitir armonizar con el paisaje, y que además logre la reducción del impacto ambiental, se ubicará cerca de la rivera para que las personas disfruten de una buena gastronomía y el agradable paisaje que logran visualizar.

Áreas de descanso: Se establecerán algunas áreas de sobra con bancas, hamacas y demás mobiliario que permita a las personas relajarse y descansar al aire libre. Estas cabañas se construirán con materiales mixtos como la caña y madera para armonizar con el paisaje; sin embargo, tendrán todas las comodidades respecto a su mobiliario interno.

Juegos infantiles: La parte de los juegos será ubicado en la parte interna del proyecto, esta área será diseñada con todo el cuidado necesario para que sea una zona segura y de disfrute y distracción de los más pequeños, convirtiendo de esta manera a la hostería en un destino familiar.

Áreas recreativas: Las actividades recreativas no son solamente para los niños,

por esta razón se establecerá un área para juegos de mesa y otras actividades recreativas para adultos.

Museo etnográfico: Una parte fundamental de la hostería tradición será un museo etnográfico donde se expondrán diversos artículos y materiales del folklore montuvio, en este museo las piezas serán expuestas con rótulos y leyendas que explique claramente las características y usabilidad de los mismos, con el objeto de que los visitantes puedan apreciar mejor las piezas Bancas - lugares de estancia: Al ser un sitio de integración con la naturaleza y estar expuesto a un clima de fuertes lluvias, los materiales a utilizar van a ser resistentes a este ambiente, para ello se construirán con base de cemento y los asientos en madera y bambú.

Actividades esparcimiento: En la hostería los visitantes podrán realizar varias actividades adicionales como recorridos por las áreas agrícolas de la propiedad, observación de la naturaleza, observación de aves, se dispondrá de dos lanchas de madera para la práctica de pesca artesanal y paseos por el embalse de la represa.

Mercado Objetivo

Sustentados en los datos obtenidos y descritos en el estudio de la demanda aplicada a 384 visitantes que corresponde al 100% de la población consultada, y cuyos datos permiten proyectar el mercado objetivo para la creación la Hostería Tradición que a continuación se presenta en la tabla 42.

Tabla 42.

Matriz de mercado objetivo

Formas de viajes	Familias	Grupos de Profesionales
Factores		
Género – Edad	Hombre – Mujer	Hombre – Mujer
	20 – 40 años	30 – 50 años
	Niños - Adolescentes	

Procedencia	Guayaquil - Quevedo Chone – Portoviejo – Bolívar	Chone – Portoviejo Bolívar
Organización del viaje	Cuenta propia	Cuenta propia
Servicios preferentes	Alimentación – hospedaje	Alimentación
Preferencia en la modalidad de turismo	Turismo de naturaleza	Turismo de naturaleza
Preferencia en las actividades	Descanso al aire libre Juegos infantiles Recreación: Juegos de mesa Museo etnográfico Caminatas áreas agrícolas y ecológicas	Recorridos en canoa Camping Pesca artesanal Caminatas Descanso al aire libre Observación de la naturaleza
Disponibilidad a gastar	20 – 40 dólares	20 – 40 dólares

Fuente: Elaboración propia

Perfil del turista

Considerando lo anterior, se precisan los perfiles de turistas que se quiere captar los principales son los siguientes:

- Familias, la Hostería Tradición se proyecta al diseño de servicios propios para los miembros de la familia por lo que se requiere considerar las alternativas excepcionales a precios accesibles; proporcionando actividades que incluyen aprendizaje, degustación, área de juegos y disfrute de espacios rurales que pueden realizarse en grupos.
- Grupo de profesionales que gustan de la naturaleza y comodidad de los espacios rurales y no cuentan con mucho tiempo para viajar debido a sus agendas; La hostería es el lugar perfecto para este segmento ya que conjuga descanso en un lugar privilegiado y rodeado de naturaleza; además, el

cantón Bolívar cuenta con atractivos cercanos entre sí, y rutas cortas de uno o dos días, por lo que se puede visitar en un fin de semana sin interrumpir la jornada laboral, para ello se complementa la oferta con actividades de esparcimiento a realizarse en el embalse de la represa.

Aplicación del Marketing Mix

El Marketing mix se la considera una estrategia en la gestión para la adecuada organización turística, ya que propicia la concepción de distribuir y asignar recursos con el fin de mantener un éxito en el mercado; teniendo en cuenta este aspecto el enfoque se precisan 4 variables que son producto, precio, distribución y promoción (Quevedo et al., 2017).

Las hosterías como producto de la planta turística han sido creadas como una alternativa de desarrollo por lo que desde el enfoque del Marketing mix se requiere identificar las oportunidades y fortalezas que las catapulte como parte esencial de la oferta turística de un determinado territorio, lo que conlleva a posicionarse en el mercado y fidelizar a los clientes brindándoles un servicio de calidad.

Producto

El producto en el ámbito turístico se refiere a la combinación del componente de infraestructura, medios culturales y naturales que convergen en la oferta de un servicio (Quevedo et al., 2017). En este caso el diseño de la creación de la hostería permite establecer lineamientos que permita fortalecer la imagen del producto de turismo rural, cultural y de naturaleza a partir de su posicionamiento en el mercado y con ello en la fidelización de sus empleados y clientes.

Tabla 43.

Estrategias de producto

Estrategia	Objetivo	Acciones
-------------------	-----------------	-----------------

Propiciar el confort habitacional fortaleciendo elementos del lujo rústico	Lograr armonía en los espacios y la satisfacción del cliente	Diseño de habitaciones coherentes con el espacio.
Involucrar a los habitantes de la comunidad en el desarrollo de los servicios de la hostería	Generar beneficios a los habitantes del sector considerando las fortalezas innatas	Contratar personal permanente para la atención de la hostería
Capacitar al personal de forma sistemática	Promover servicios de calidad	Elaboración y ejecución de plan de capacitación referentes a temas: turismo de naturaleza, turismo cultural, seguridad turística.
Diseñar infraestructuras de servicios complementarios con materiales del medio	Potenciar el entorno natural de los espacios de esparcimientos y áreas verdes de la hostería	Diseños de áreas complementarias

Fuente: Elaboración propia

Precio

El precio en el marketing mix, se refiere a la cantidad de dinero que el consumidor está dispuesto a pagar. Ante ello, se debe indicar que en todo servicio o producto diseñado debe establecerse un precio para ser ofertado en el mercado aspecto que al ser analizado conlleva a establecer la utilidad potencial, por ello es necesario mantener una proyección de los ingresos y establecer estrategias que permitan generar niveles de competitividad en el mercado.

Tabla 44.

Estrategias de precio

Estrategia	Objetivo	Acciones
Mantener precios fijos promoviendo estímulos de respaldo en productos de alimentos a nuestros clientes.	Motivar el interés y la percepción positiva a los servicios de la hostería.	Definir incentivos en el consumo de hospedaje o de visitación promoviendo beneficios en la alimentación.

Ampliar beneficios en las actividades de visita diaria.	Establecer estrategias de precios de visita diaria.	de visita	Establecer beneficios a los visitantes diarios. Elaboración de un plan de actividades que comprende visitas, áreas de descanso, áreas recreativas para niños y museo, ofrecer un producto de consumo alimenticio de bienvenida.
Brindar descuentos en días feriados y festividades del cantón.	Atraer un mayor número de clientes		Elaboración de reglamentos de descuentos. Socializar con los empleados.
Establecer gratuidad por cada 12 pax.	Incrementar demanda	la	Elaboración de normativas de gratuidades Socializar con los empleados.

Fuente: Elaboración propia

Plaza

Conocido también como canal de distribución ya que garantiza los medios para dar a conocer el producto y ponerlo a disposición para los clientes potenciales o mercado objetivo. Se debe indicar para un adecuado direccionamiento de los servicios de la hostería se deben determinar canales adecuados y seleccionar puntos de ventas, así mismo es necesario establecer las relaciones estratégicas con los organismos públicos relacionados al turismo a fin de establecer relaciones efectivas de promoción.

Tabla 45.

Estrategias de plaza

Estrategia	Objetivo	Acciones
Alianzas con OTAs y agencias turísticas on line	Difundir en medios digitales	Normar y ejecutar acuerdos
Establecer alianzas con agencias de viajes a nivel nacional para la oferta de servicios de hostería.	Captar interés de clientes extranjeros	Normar y ejecutar acuerdos

Establecer alianzas con organismos de producción agrícola relacionados.	Promover espacios de venta directa de servicios.	Normar y ejecutar de acuerdos
---	--	-------------------------------

Fuente: Elaboración propia

Promoción

En el marketing mix la promoción tiene la facultad de establecer todas aquellas acciones que son utilizadas para la comunicación y difusión de un producto o servicio para ello, es importante establecer acuerdos de organización a fin de establecer líneas de diferenciación de servicios entre los competidores con el propósito englobar esfuerzos comunes para el desarrollo turístico de la zona, siendo una de las principales vías que permite comprometer a las autoridades ministeriales y municipales en incluir este destino en la promoción nacional y de la región.

Tabla 46.

Estrategias de promoción

Estrategia	Objetivo	Acciones
Participación en ferias y festivales	Promover los servicios de la hostería	Alianzas con otros organismos para
Ofertar la hostería a través de redes sociales e internet.	Dar a conocer los servicios de la hostería por medios digitales	Diseño de Pagina Web. Creación de redes sociales
Actualización anual de publicidad impresa	Actualizar servicios e información	Diseño de trípticos y folletos
Promocionar en medios impresos	Dar a conocer los servicios de la hostería a los lectores	Diseño de anuncios

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- El diagnóstico turístico situacional permitió identificar las línea base de los componentes social, ambiental y económico del cantón Bolívar, que destaca las características de la población la cual se asienta en su mayoría en espacios rurales, y cuyas comunidades son protectora de su patrimonio y tradiciones comunitarias que predominan en la actualidad, siendo un territorio donde prevalecen los ecosistemas de bosques que contribuyen a la producción agrícola y pecuaria de la zona, y donde los productores reconocen la importancia de mantener y precautelar la naturaleza para potenciar otras actividades como el turismo de naturaleza dinamizador de las economías comunitaria. Estas particularidades del cantón han permitido apuntar un sistema turístico base en el territorio cuya oferta poco desarrollada logra cumplir las expectativas básicas de los turistas internos. Hay que resaltar que la versatilidad paisajística potencia una diversidad de atractivos turísticos tanto culturales como naturales teniendo como principales la gastronomía, los balnearios, cascadas y espejos de agua como el de la Represa La Esperanza considerados espacios únicos y diferenciadores en la provincia, lo que propicia el desarrollo de establecimientos de servicios turísticos y actividades de recreación próximos a esta.
- Considerando el análisis geoespacial es concluyente que las características del cantón evidencian la viabilidad del área de estudio para la creación de una hostería. Desde este marco se debe indicar que en el aspecto morfológicos el área mantiene una geografía muy regular de pendientes bajas y suelos con bajos niveles de erosión para la implementación de infraestructuras, teniendo en consideración aspectos predictivos que estiman riesgos mínimos ante afectaciones como terremotos o por patrones de lluvias regulares que pueden provocar deslizamientos de tierra y posiblemente bloquear las vías principales de ingreso al área, se destaca además la riqueza hidrográfica que precisa la formación de la represa como principal atractivo paisajístico del territorio,

en el cual se han implementado una oferta básica de servicios de alimentación y alojamiento a fin de atender las demandas locales del sector; se estima además que el área de estudio carece de servicios básicos como agua potable y alcantarillado, así como se precisa la escasa conexión de internet y por ende de telefonía celular, siendo aspectos no necesariamente negativos para el desarrollo de una hostería ecológica.

- La investigación de mercado permitió profundizar el estudio de la oferta del cantón ya que desde el análisis de expertos y técnicos los servicios de hospedajes deben planificarse, innovarse y especializarse en relación a las tendencias actuales para la mejora de la calidad del servicio y confort de los visitantes, aplicando la comunicación digital que permita la promoción del turismo de naturaleza en el territorio. En el estudio de la demanda se establece que el mercado objetivo se acentúa en gran parte de las ciudades de la Costa direccionado a las familias y grupos de profesionales, por lo que la hostería debe proyectarse a generar servicios que permita potenciar el disfrute y comodidad a estos grupos que señalan su interés por realizar actividades relacionadas al entorno natural y cultural, así como ponderar el sentido de seguridad en los distintos servicios que la hostería propie en desarrollar; el estudio también resalta el análisis de la competencia local en alojamiento carece de una permanencia y calidad del servicio. Estos aspectos determinan la importancia en la creación de la Hostería Tradición como propuesta de desarrollo en el sector de la represa por lo que se determinan estrategias de desarrollo basadas en la identificación del público objetivos y de la organización y portafolio de servicios, aspectos que permite delimitar estrategias de comercialización a partir de la técnica del marketing mix en el desarrollo de un servicio de alojamiento diferenciadora.

Las conclusiones determinan que el desarrollo del estudio de mercado para la creación de la Hostería Tradición permite fortalecer la oferta turística del cantón y elevar el valor de la Represa Sixto Durán Ballén como espacio de desarrollo para las actividades turísticas de naturaleza en la provincia de Manabí.

5.2. RECOMENDACIONES

El diagnóstico situacional permitió establecer las potencialidades del territorio y las deficiencias en la implementación de un sistema turístico que permita cubrir las percepciones de los visitantes, ante ello se recomienda al Gobierno Municipal de Bolívar que una vez identificados los nuevos inversores de establecimientos turísticos deben ponderar los procesos de planificación y de desarrollo a partir de las potencialidades y contexto comunitarios a fin de no agredir los aspectos socio culturales del entorno y por el contrario dinamizar la economía del sector.

Considerando las características geoespaciales y el potencial turístico del área de estudio, se debe indicar que los inversores de nuevos establecimientos de alojamiento deben dimensionar la propuesta desde las recomendaciones de riesgo, por lo que es necesario mantener relaciones de cooperación desde el proceso operativo interno del GAD Bolívar desde la integralidad de los distintos departamentos de gestión pública a fin de promover acciones de protección de los suelos y de preservación de los espacios naturales y de la complementariedad en el desarrollo de servicios básicos necesarios para propiciar lineamientos de seguridad en la localidad.

La investigación de mercado permitió caracterizar a la demanda potencial que mantiene expectativas en la creación de una hostería en el sector, ante ello, es imperativo establecer que desde el inversor se propicien redes de relaciones de cooperación e integración de las actividades turísticas que promueve el departamento de turismo del GAD Bolívar, ya que estos aspectos son relevantes para dar sostenibilidad al proyecto.

Para el desarrollo de la propuesta de creación es imperativo sustentarse de la colaboración de las organizaciones de desarrollo local del sector como son las asociaciones comerciales y comunitarias registradas, por lo que la integración de estos al proyecto es esencial para los aspectos de mantenimiento y sustentabilidad del proceso de implementación.

BIBLIOGRAFÍA

- Álava, M. (2018). El turismo en la reactivación económica de la provincia de Manabí. (*Tesis de posgrado*). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10795/1/T-UCSG-POS-MFEE-123.pdf>
- Barreiro, K. (2018). Modelo y estrategias para el desarrollo turístico post terremoto en Manabí. (Trabajo de titulación). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí. <http://repositorio.espam.edu.ec/xmlui/handle/42000/937>
- Basurto, I., Buste, G., (2015). Estudio de Factibilidad para un parque acuático en el cantón Manta, Provincia de Manabí. (Trabajo de Titulación). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López”. <https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/145/1/Isabel%20Basurto%20-%20Gabriela%20Buste.pdf>
- Becerra, F., Vega, J y Orellana, M. (2021). Impacto financiero del Covid-19 en el turismo ecuatoriano: Estrategias empresariales para la reactivación. 593 Digital Publisher CEIT, 6(3), 201-220. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.3.566>
- Blanco, G., Font, M., Villacreses, J., (2017). Estudio de Mercado para la Construcción de un resort turístico. *Revista Científica ECOCIENCIA* Vol. 4, n° 2. <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/29/22>
- Boullon, R., (2006). *Planificación del espacio turístico*, Trillas, cuarta edición. México. <http://prepacihuatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturistico robertoc.boullon.pdf>
- Bravo, M y Zambrano, J. (2017). Producto turístico basado en el potencial agro productivo de la provincia de Manabí. (*Tesis de grado*). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí MFL.

<http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/693/1/TT71.pdf>

Bravo, M., Intriago, J., (2015). Diseño de un producto turístico de sol y playa que contribuya al desarrollo del cantón San Vicente. (Trabajo de titulación). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López”.

<https://repositorio.espam.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/42000/147/Mirna%20Bravo%20-%20Jenffer%20Intriago.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cabanilla, E., Ocaña, W., Garrido, C y Molina, E. (2021). La nueva realidad del turismo post COVID 19.

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/23917/1/21%20CABANILLA-GARRIDO-MOLINA%20LA%20NUEVA%20REALIDAD.pdf>

Campos, S., Cuétara, L., Macías, N., (2020). Recursos Naturales y Culturales como factor de desenvolvimiento turístico local en la provincia de Manabí.

Revista Polo del conocimiento.
<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/1532/html>

Castillo, E; Martínez, F; Vázquez, E. (2015). El turismo en Ecuador Nuevas tendencias en el turismo sostenible y contribución al crecimiento económico. *Revista Galega Economía*. 24(2), 2-34. <https://nucif.net/wp-content/uploads/2019/12/8-El-Turismo-en-Ecuador.-Nuevas-Tendencias-en-el-Turismo-SostenibleFile.pdf>

Cedeño, T., Párraga, Y., (2012). Diseño de una hostería ecológica en el sitio “El Arrastradero” parroquia Calceta, cantón Bolívar – Manabí. Tesis de Grado. Escuela Superior Politécnica agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

<https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/100/1/Toyis%20cede%20c3%b1o.pdf>

CEPAL (Económica para América Latina y el Caribe). (2020) a. Medidas de recuperación del sector turístico en América Latina y el Caribe: una oportunidad para promover la sostenibilidad y resiliencia.

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45770/1/S2000441_es.pdf

- CEPAL (Económica para América Latina y el Caribe). (2021) b. Evaluación de los efectos e impactos de la pandemia de COVID-19 sobre el turismo de América Latina y el Caribe: aplicación de la metodología para la evaluación de desastres (DaLa). <https://www.cepal.org/es/publicaciones/46551-evaluacion-efectos-impactos-la-pandemia-covid-19-turismo-america-latina-caribe#:~:text=Estos%20resultados%20muestran%20que%20el,y%20M%C3%A9xico%20el%2061%25%2C%20en>
- Chávez, R y Solórzano, P. (2017). Estudio de mercado para la construcción de un resort que fomente el desarrollo turístico rural en el cantón Chone. (Trabajo de titulación). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí. <https://repositorio.espam.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/42000/483/TT62.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Clavijo, G., (2015). Análisis situacional del desarrollo turístico en la parroquia rural Gualea cantón Quito, provincia de Pichincha. Universidad Central del Ecuador. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6141/1/T-UCE-0009-506.pdf>
- Coriolano, L. (2017). El turismo comunitario en el noreste brasileño. *Revista Gestión Turística*, 1 (27), 8-20. Universidad Austral de Chile <http://redalyc.org/articulo.oa?id=223353239002>
- Cornejo, K., Macías, S., (2018). Plan Estratégico de Desarrollo turístico del Cantón Bolívar 2018 – 2022. (Trabajo de Titulación). Universidad San Gregorio de Portoviejo. <http://repositorio.sangregorio.edu.ec/handle/123456789/950>
- Correa, G. (2018). Estudio de factibilidad para la implementación de una hostería. (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. https://issuu.com/pucesd/docs/trabajo_titulaci_n_glenda_correa_pu
- Corzo, D y Guatibonza, C. (2020). Marketing de destinos turísticos: un análisis de las tendencias mundiales post-COVID-19 en el departamento de Santander, Colombia. *Revista de Investigación Kalpana*, (20), 70-92.

<https://publicaciones.udet.edu.ec/index.php/kalpana/article/view/24/211>

D' Meza, G., Zaldívar, M y Martín, R. (2016). La expansión internacional de la industria hotelera de los países desarrollados como opción estratégica para los países subdesarrollados. *Economía y Desarrollo*, 157(2), 23-38. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842016000200002

El Comercio (13 de julio de 2020). 630 hoteles del Ecuador permanecen cerrados; algunos administradores analizan la suspensión definitiva. *Diario El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/hoteles-ecuador-cerrados-pandemia-coronavirus.html>

Espinoza, M., (2013). Diseño de una hostería ecológica en el cantón Pedernales de Manabí. Trabajo de Titulación. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2045/1/T-UCE-0004-9.pdf>

Fernández, F., (2017). Guía para la elaboración de un estudio de mercado. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=yuskDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA4&dq=fernandez+2017+estudio+de+mercado&ots=fHtpajy7JT&sig=_Z_HOG-H5WmtgSX5PkMIMiTFPE28#v=onepage&q&f=false

Galmarini, M., (2018). Turismo rural y Desarrollo Local en América Latina: Los casos de Perú y Argentina. *Revista Alternativas*, 19 (2), p. 36-50. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-alternativas/index.php/alternativas-ucsg/article/view/242/pdf>

Garrido, S., (2018). Diseño de Productos turísticos. Editorial Paraninfo S. A. Primera Edición. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IRJMDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=investigacion+de+mercado+enfoque+practico+turismo&ots=r fBZ5EjHSp&sig=Lmza6Pe_ppA5OY3v4806SeS_log#v=onepage&q&f=false

- Gascón, J. y Cañada, E. (2016). Turismo residencial y gentrificación rural. Pasos. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 16 ed. p 5-36. http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita_16_Definitivo_e-book.pdf
- Giler, J., Loor, L., Plaza, N., (2022). Realidades del turismo comunitario en Manabí – Ecuador. *Revista Recus* 7 (1), pp. 45-57. <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:IMIAgNsYIZQJ:https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Recus/article/download/4211/4563/&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Bolívar (GAD Bolívar), (2020). Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial. Construcción & Consultoría LADEGOCOM S.A.
- Gobierno de Manabí (2021). Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Manabí 2030. Gobierno Provincial de Manabí.
- González, G., Aranda, M., Viteri, J., (2017). Estudio de Mercado para la construcción de un Resort turístico. *Revista Científica ECOCIENCIA* 4(2). <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/29/22>
- Hernández, D. (2014). *Planificación turística: enfoque metodológico*; Trillas; México. <http://sedeturqroo.gob.mx/ARCHIVOS/Productos-Tur%C3%ADstico.pdf>
- Loor, L; Alemán, A; Pérez, M. (2018). La actividad turística en el Ecuador: ¿turismo consciente o turismo tradicional? *Revista ECA SINERGIA* 9(1) <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/1195>
- Martínez, C. (2016). Glosario básico de turismo OMT. <https://es.scribd.com/document/324927836/Glosario-Basico-Del-Turismo-Omt>
- Mendieta, D y Zambrano, M. (2021). Impacto financiero de la pandemia Covid-19 en la industria hotelera de Guayaquil. (Trabajo de titulación). Universidad Católica Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/16231/1/T-UCSG-PRE->

[ECO-GES-652.pdf](#)

Mera, A., Solorzano, D., (2017). Plan de Marketing Turístico Territorial que fomenta el desarrollo sostenible del cantón Chone. (Trabajo de Titulación) Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López. <https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/690/1/TT68.pdf>

MINTUR (2007). Plan Estratégico Del Turismo Ecuador. PLANDETUR 2020. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

MINTUR (2015). Reglamento de Alojamiento turístico. Suplemento n° 465. Publicado el 24 de marzo del 2015. Quito – Ecuador.

MINTUR (2017). Guía para el levantamiento de atractivos turísticos del Ecuador. Quito – Ecuador.

MINTUR (2019). Plan Nacional de turismo 2030. Quito – Ecuador. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf

MINTUR (2020a). 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/#:~:text=Entre%20enero%20y%20noviembre%20de%202019%20ingresaron%20a%20Ecuador%201.032,cifra%20fue%20de%20973.113%20viajeros>

MINTUR (2020b). Informe de Rendición de Cuentas 2019. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/02/Informe-de-Endic%C3%B3n-de-cuentas-2019-vf9.pdf>

MINTUR (2021). Informe de rendición de cuenta 2020. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Informe-de-Rendicio%CC%81n-de-Cuentas-2020.pdf>

MINTUR, (2022). Catastro del Consolidado Turístico Nacional.

<https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/30-servicios-mintur/104-catastro-turistico#:~:text=El%20Catastro%20de%20actividades%20tur%C3%ADsticas,registrados%20en%20el%20Ministerio%20de>

- Molina, E., Mena, D., Mossot, A y Villagrán, P. (2021). Preferencias y tendencias turísticas de los visitantes de la zona 2 (Pichincha, Napo y Orellana) en tiempos de Covid-19. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 8(3), 33-56. <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/509/34>
- Mora, C. (7 de octubre de 2020). Tendencias turísticas post-Covid. Entorno Turístico. <https://www.entornoturistico.com/tendencias-turisticas-post-covid/>
- Morán, M., (2016). Estudio de Mercado para la implementación de una hostería ecológica en la parroquia Puerto El Morro, cantón Guayaquil, provincia del Guayas. Universidad de Guayaquil. Trabajo de titulación. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/reduq/14978/1/Maria%20Eugenia%20Mor%c3%a1n.pdf>
- Mori, J. (2020). El turismo en tiempos de Covid 19. *Revista De Lado va de frente*. 2(5), 4-56. <https://delado.com.ec/2020/04/01/el-turismo-en-tiempos-de-covid-19/>
- MPCEIP, (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca), (2021). Ministerio de la Producción cumple un rol importante en la reactivación económica del país. <https://www.produccion.gob.ec/ministerio-de-produccion-cumple-un-rol-importante-en-la-reactivacion-economica-del-pais/>
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Revista Cuadernos de Turismo*. 35(8), 335-357. <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>
- Nevárez, M., (2018). Plan de desarrollo turístico sostenible para el fortalecimiento de la actividad turística post terremoto en la región norte de Manabí. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria Manuel Félix

- López. Trabajo de titulación. <http://190.15.136.145/handle/42000/732>
- Ochoa, LL; Conde, E; Maldonado, E. (2015). Valoración de un producto turístico. *Revista TURyDES*.5(12),2-34.
<https://www.eumed.net/rev/турыdes/12/lph.html>
- OMT (1995). Concepts, definitions and classifications for tourism statistics. Madrid: OMT. <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284401031>
- OMT (2019). Las llegadas de turistas internacionales suman 1400 millones dos años antes de las previsiones. <https://www.unwto.org/es/press-release/2019-01-21/las-llegadas-de-turistas-internacionales-suman-1400-millones-dos-anos-antes>
- Ortega, K., (2022). Nuevas tendencias de consumo y el turismo rural en la comunidad Llangahua. Universidad Técnica de Ambato. Trabajo de titulación.
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34642/1/TESIS%20OFICIAL%20Kevin%20Ortega%20%281%29.pdf>
- Peralta, M. (2015). Modelo de costos hoteleros aplicado al hotel Perla Verde de la ciudad de Babahoyo. (Tesis de pregrado). Universidad Regional Autónoma de Los Andes. Recuperado de [//dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/1174](https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/1174)
- Pérez, P., (2015). Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa de Turismo Ecológico “Hospedaje Luz de Vida Fuente de Iluminación y relajación”, en el barrio Santa Marianita La Parroquia Esperanza del Cantón Ibarra, provincia de Imbabura. Tesis de Grado, Universidad Nacional del Norte
<http://201.159.223.64/bitstream/123456789/5279/1/02%20IGL%2011%20TESIS.pdf>
- Pinargote, K y Loor, T. (2021). El covid-19 y su impacto económico en las empresas hoteleras de Manta-Ecuador. *Synergia*, 12(1), 152-168.
<https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/2744>
- Quevedo, L., Peñafiel, I., Castillo, D., Samaniego, W., (2017). Modelo de Gestión

Basado en el Marketing mix para las hosterías del cantón Morona – Provincia de Morona Santiago. https://www.researchgate.net/publication/314298426_Modelo_De_Gestio_n_Basado_En_El_Marketing_Mix_Para_Las_Hosterias_Del_Canton_Morona_-_Provincia_De_Morona_Santiago

Quintana (2019). El hotelería en Quito; ¿industria competitiva? *Innova Research Journal*, 4(32), 89-97. <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/1063/1617>

Ritondo, C; Pérez, C. (2013). La Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, sanciona con fuerza de Ley, Regulación DE ALOJAMIENTOS Turísticos. <http://www2.cedom.gov.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley4631.html>

Sapag, N., Sapag R., (2018). *Preparación y evaluación de proyectos*. Quinta edición. Bogotá – Colombia <https://untdfproyectos.files.wordpress.com/2018/04/sapag-2008-preparacion-y-evaluacion-de-proyectos.pdf>

Somos Manabí. (2018). Manabí turismo Gran oportunidad. <http://somosmanabi.com/index.php/nuestro-blog/item/manabi-turismo-gran-oportunidad>

Tapuy, O., (2015). Estudio de Factibilidad de un producto turístico de la Comunidad Río Indillama, parroquia Alejandro Labaka, cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana. (Trabajo de titulación). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. <http://dspace.espace.edu.ec/bitstream/123456789/3856/1/23T0431%20.pdf>

Tobar, (2019). La investigación aplicada a los estudios de mercado. *Revista Realidad y reflexión*, n°50. <https://www.lamjol.info/index.php/RyR/article/view/9040>

Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL, 29 de abril de 2020). La Pandemia por Covid 19 puede afectar en un 30% a los ingresos

del Turismo Nacional. <https://noticias.utpl.edu.ec/la-pandemia-por-covid-19-puede-afectar-en-un-30-a-los-ingresos-del-turismo-nacional#:~:text=Uno%20de%20los%20m%C3%A1s%20afectados,un%2020%25%20y%2030%25>

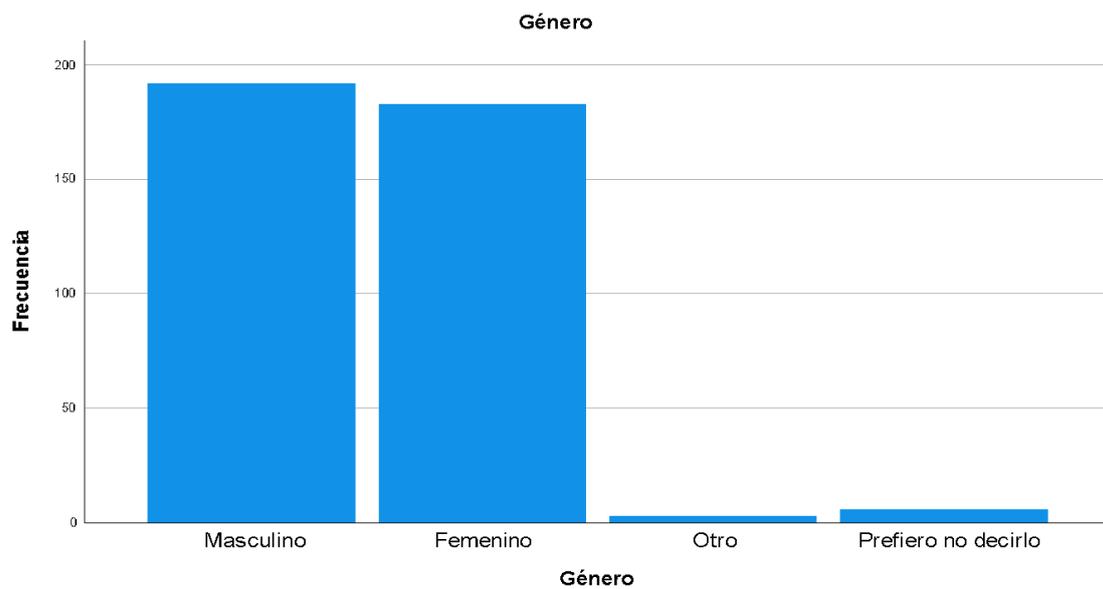
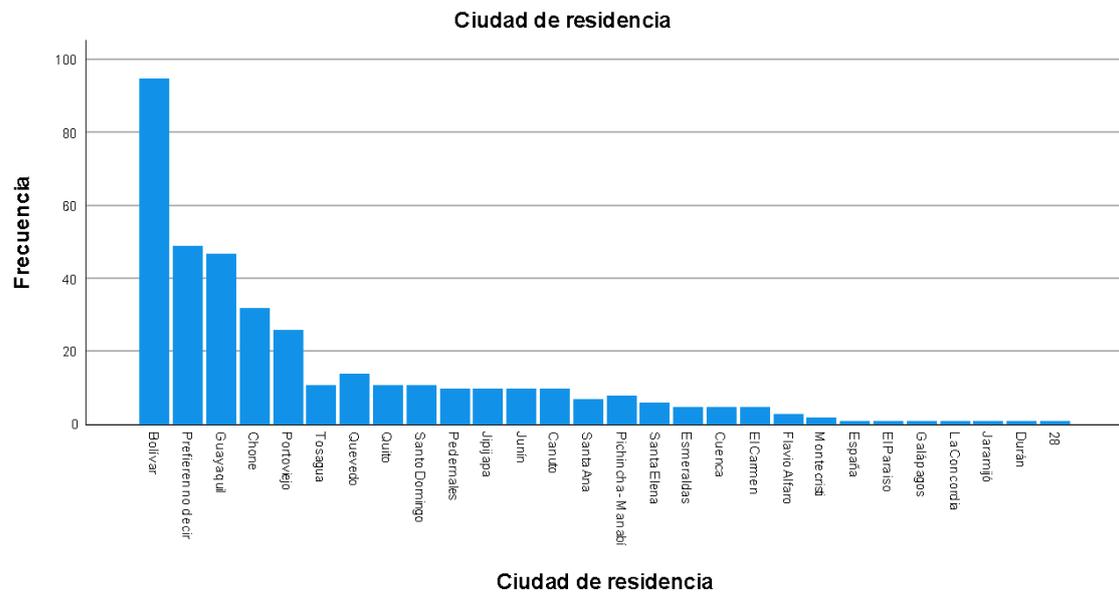
Vargas, A. (2018). La planta hotelera mundial ha crecido un 18% en 10 años. Hosteltur. https://www.hosteltur.com/127394_planta-hotelera-mundial-ha-crecido-18-diez-anos.html

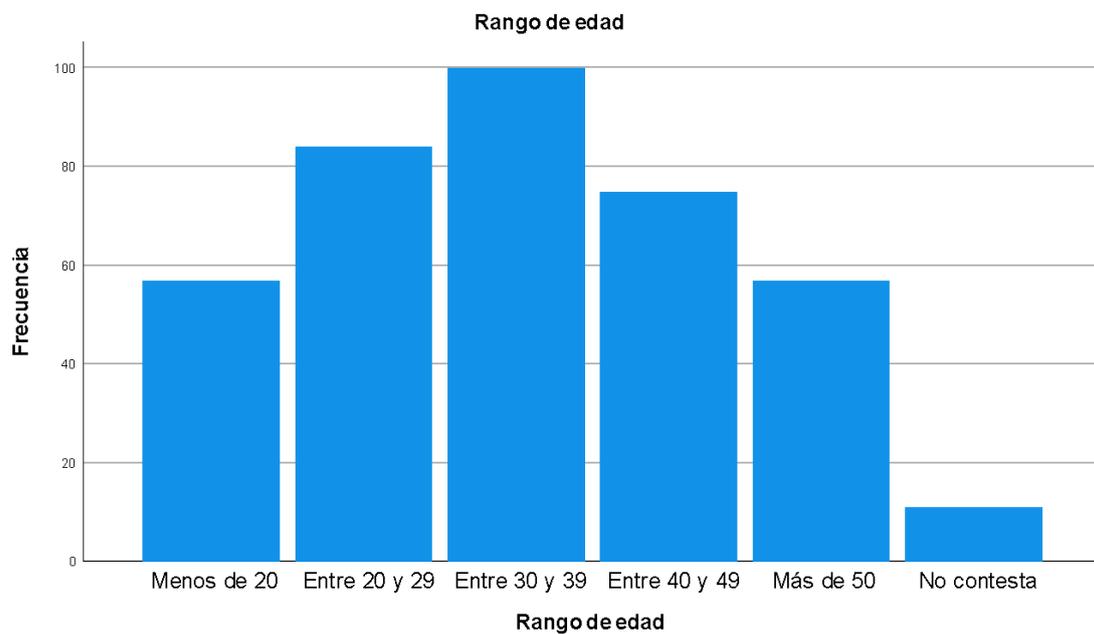
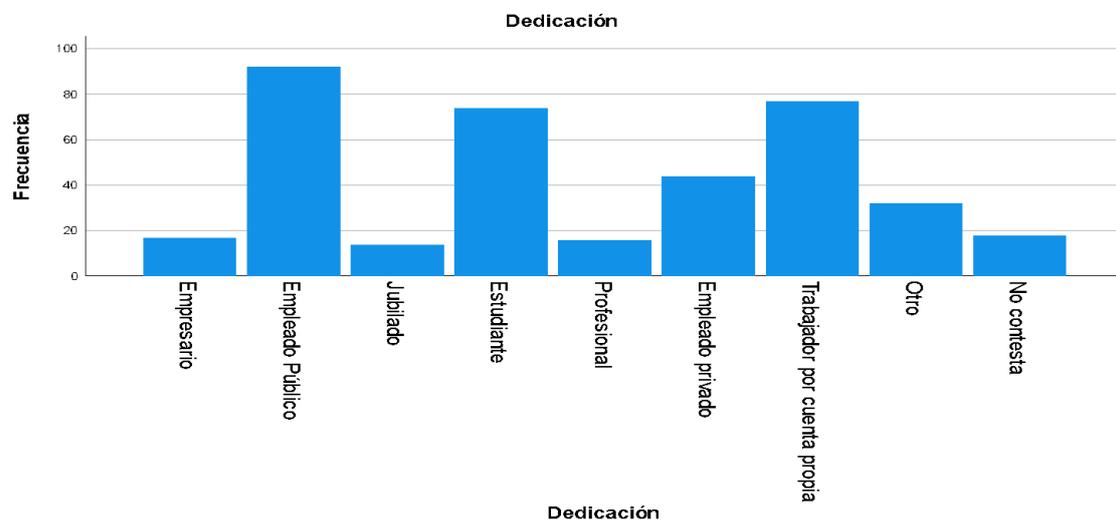
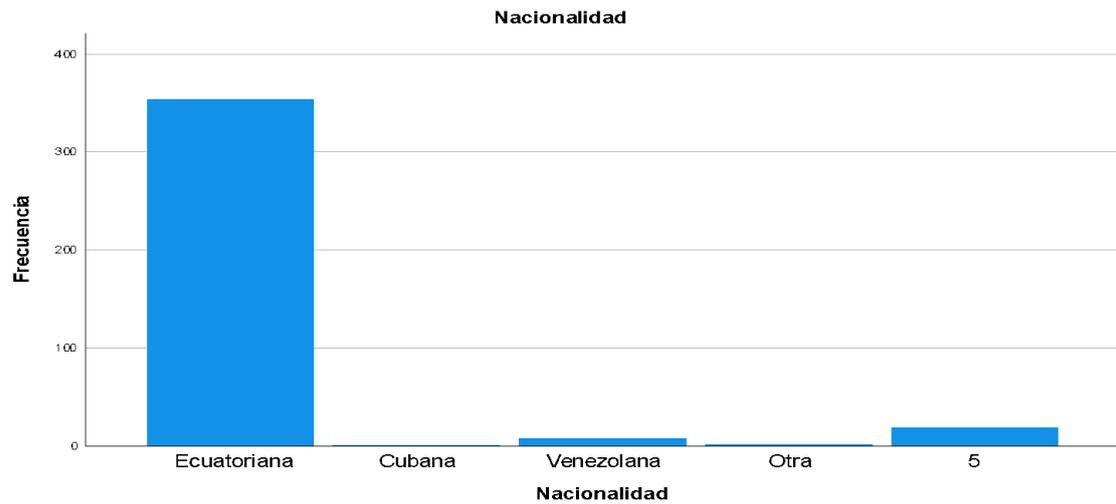
Vargas, C., Yáñez, S., Hernández, H., Méndez, J., Valdiviezo, W., Tafur, V., (2018). La situación del turismo comunitario en Ecuador. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/18245/1/59%202018%20La%20situaci%C3%B3n%20del%20turismo%20comunitario%20en%20Ecuador.pdf>

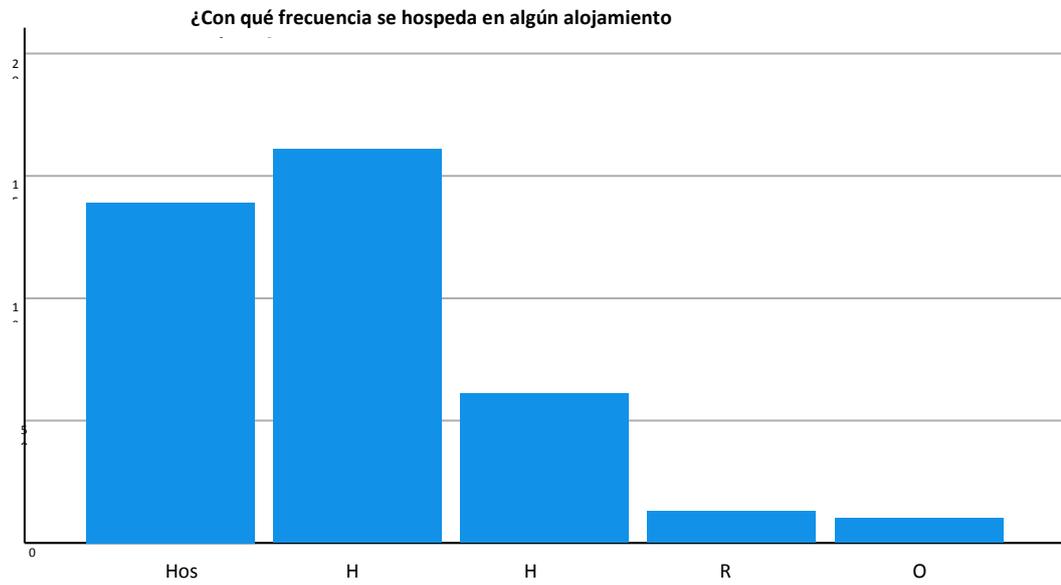
ANEXOS

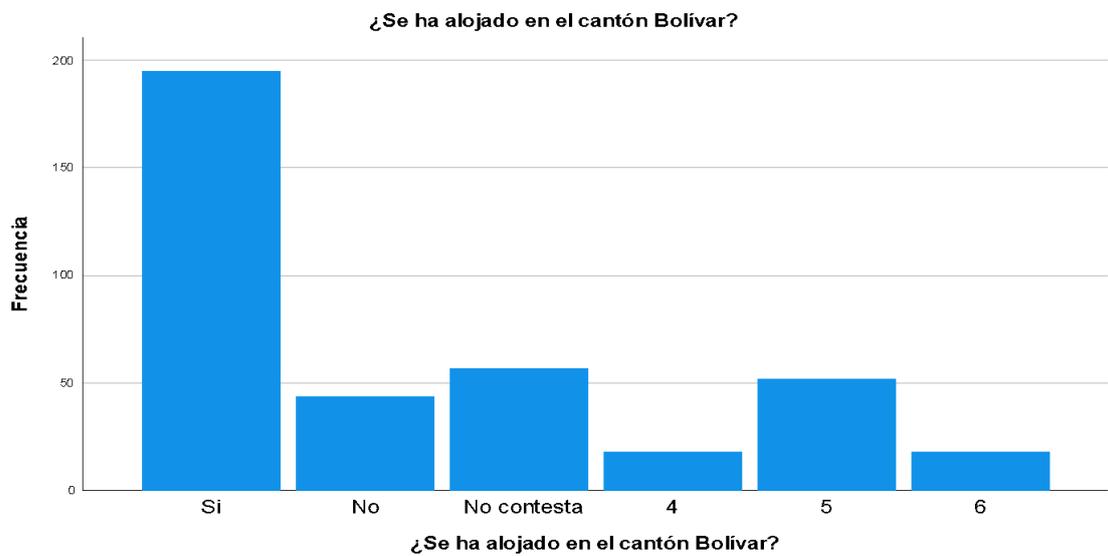
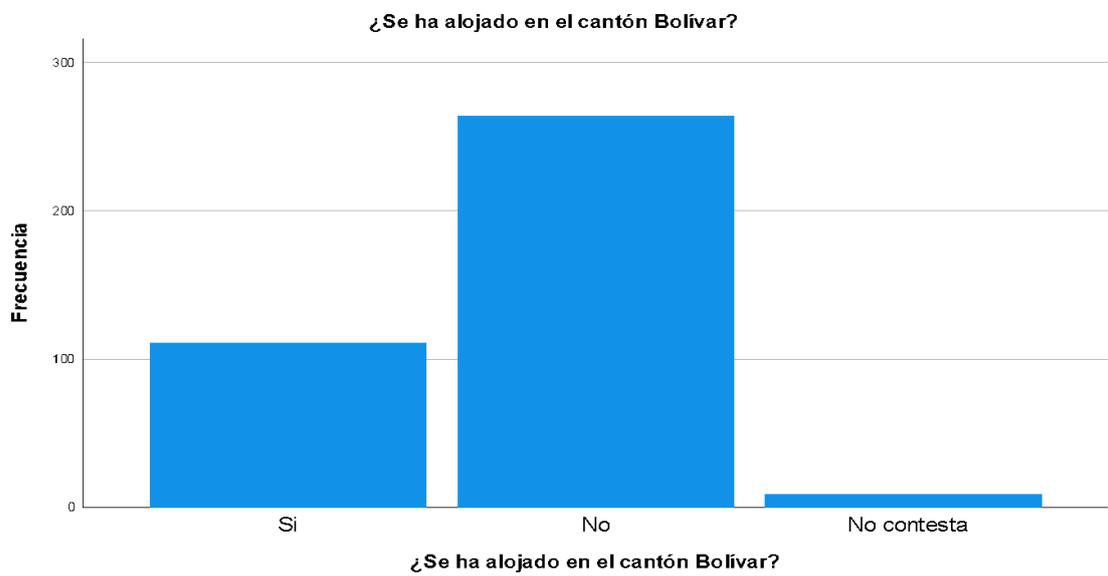
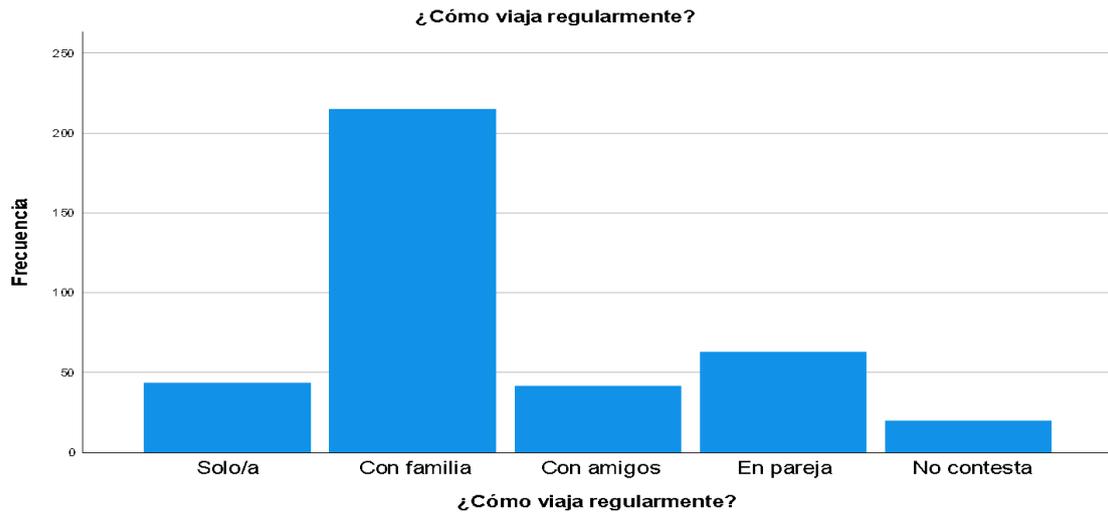
Anexos 1

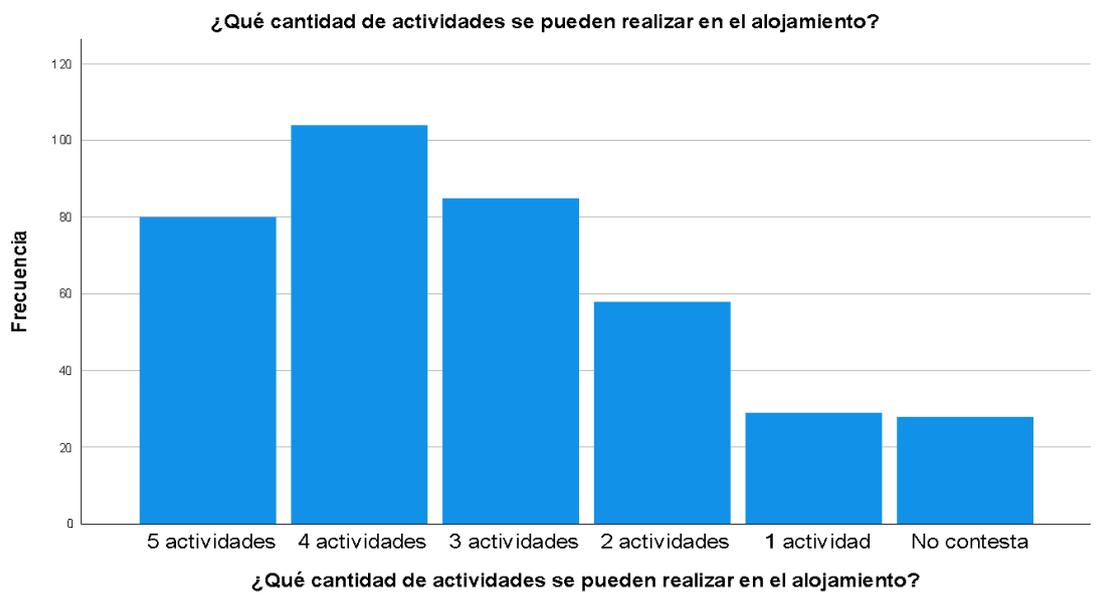
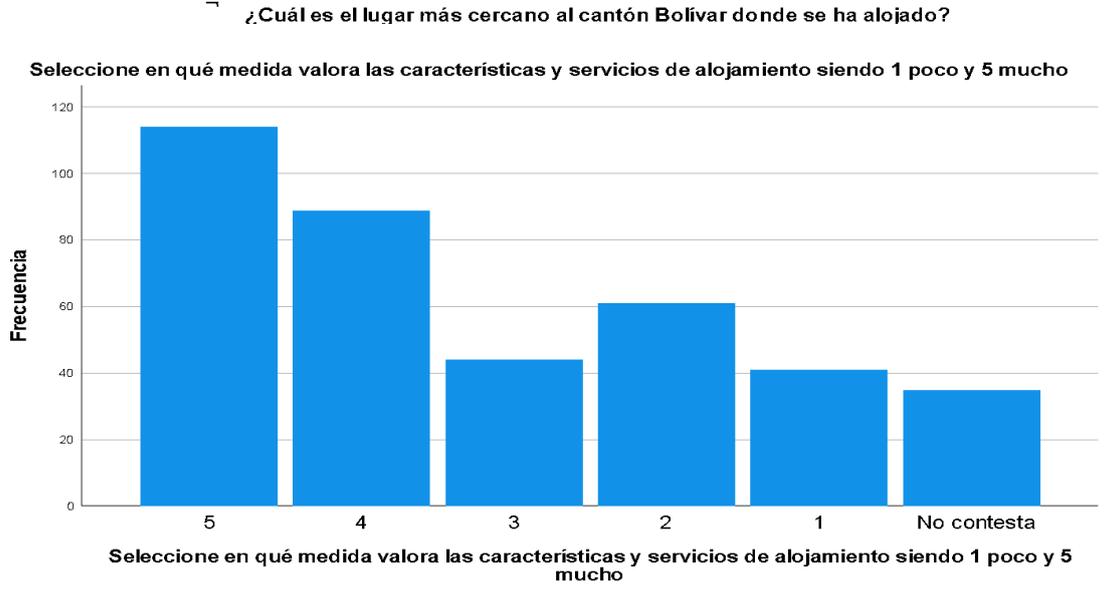
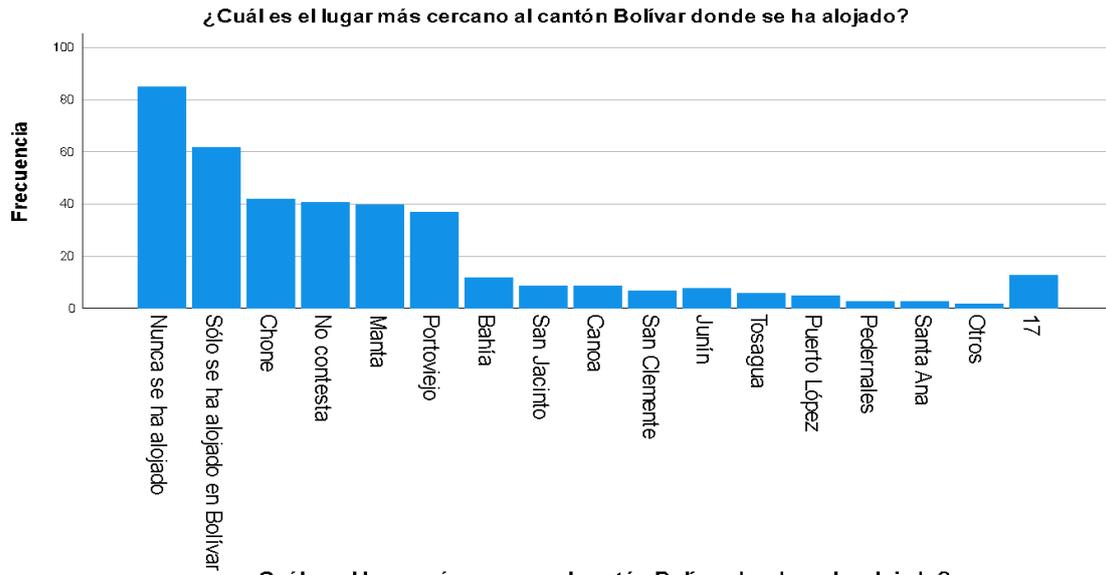
Gráficos en barras

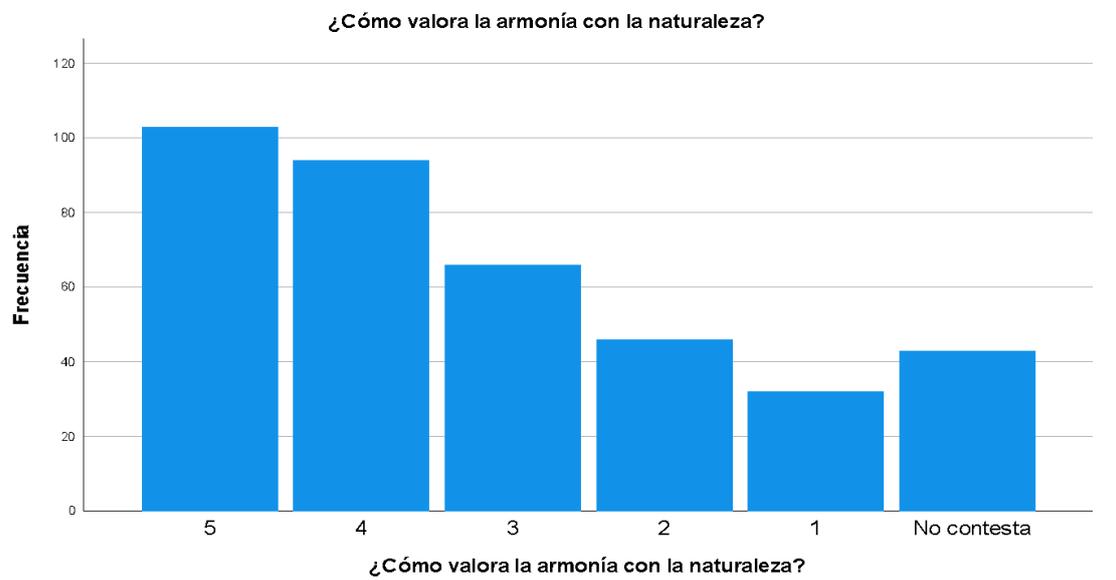
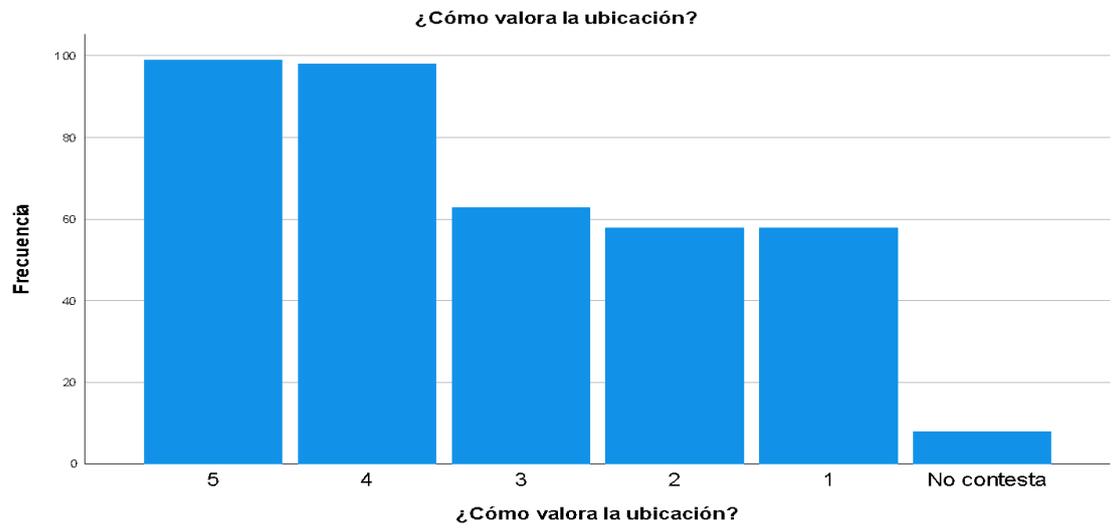
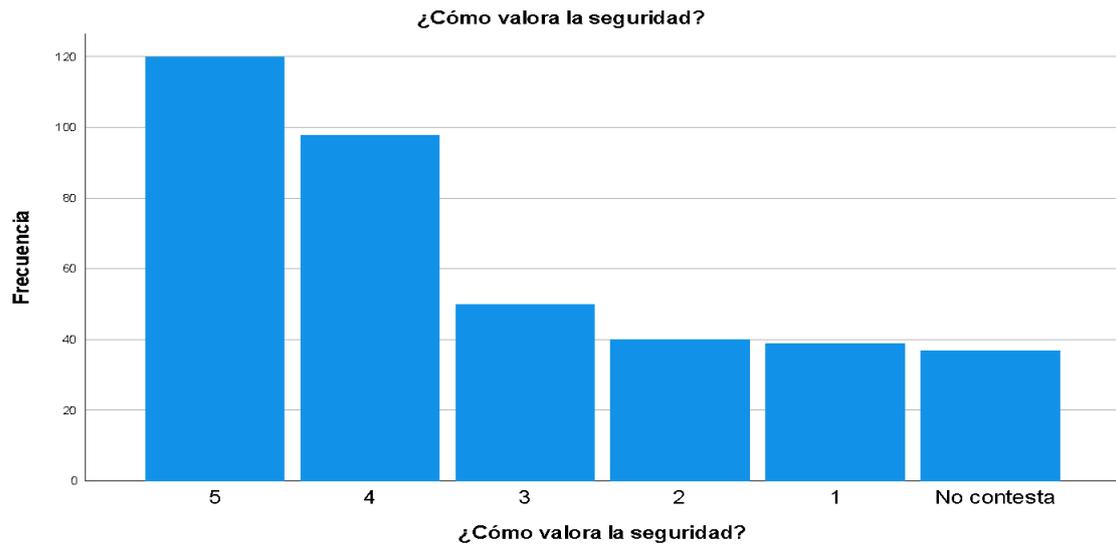




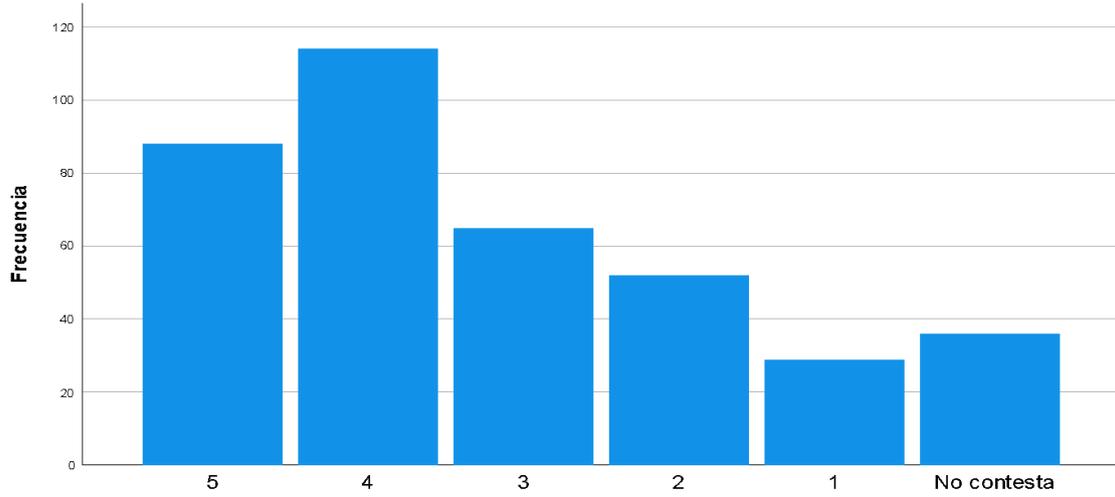






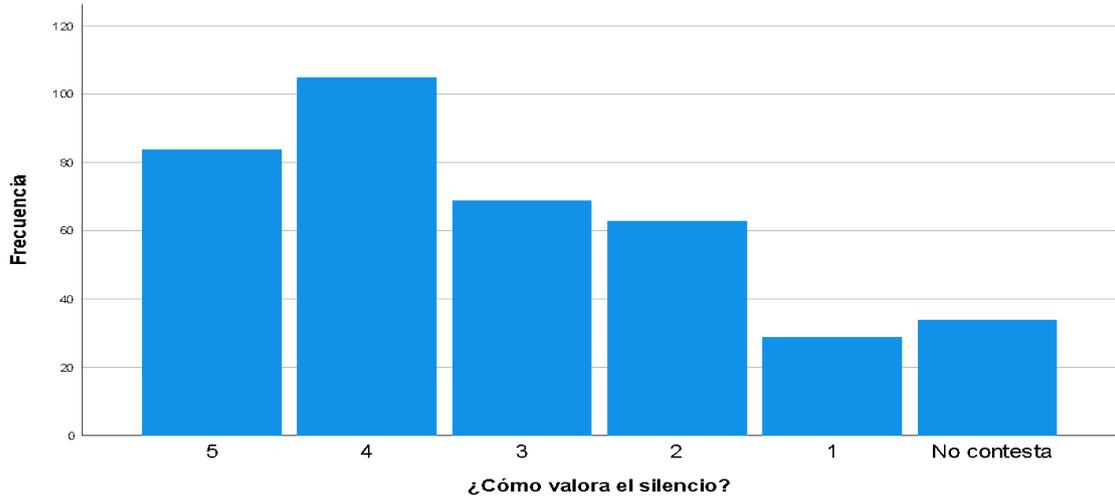


¿Cómo valora un alojamiento tenga el servicio de alimentación?



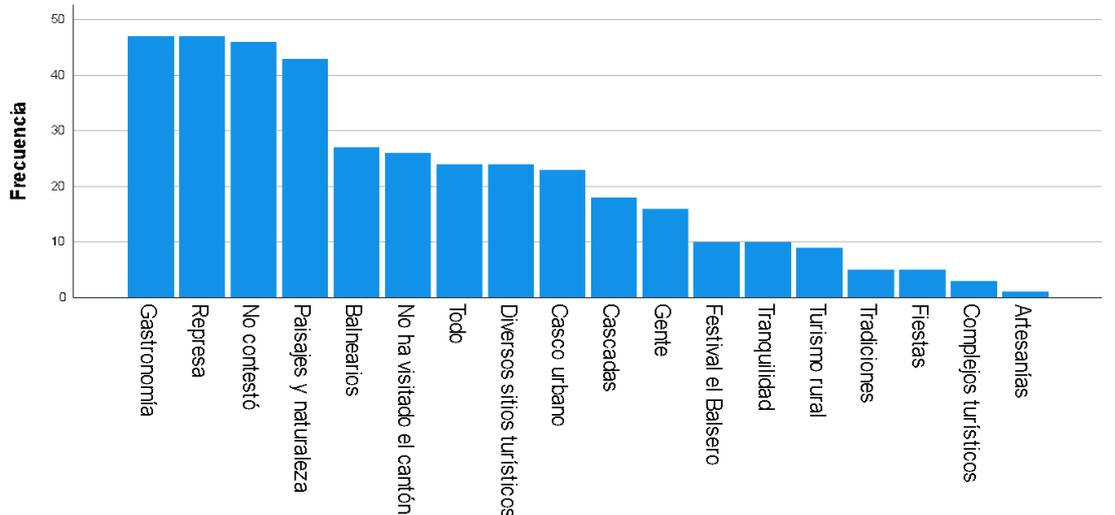
¿Cómo valora un alojamiento tenga el servicio de alimentación?

¿Cómo valora el silencio?



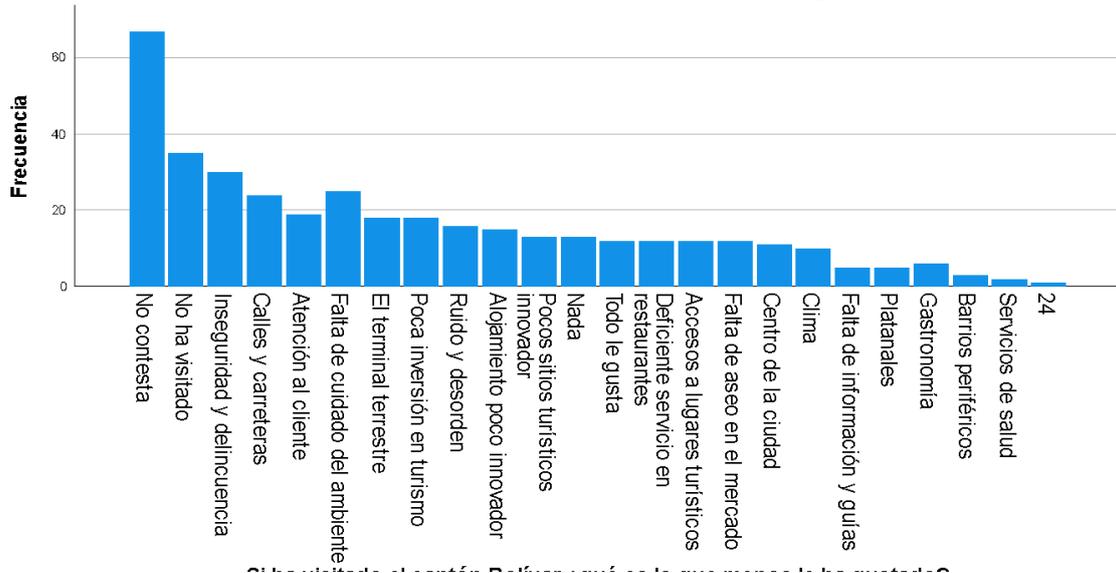
¿Cómo valora el silencio?

Si ha visitado el cantón Bolívar ¿qué es lo que más le ha gustado?

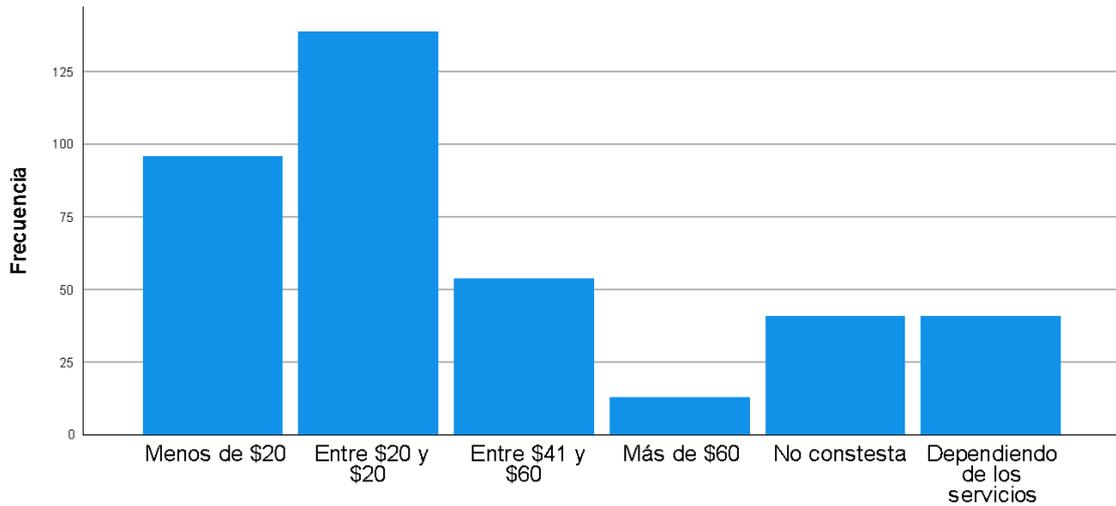


Si ha visitado el cantón Bolívar ¿qué es lo que más le ha gustado?

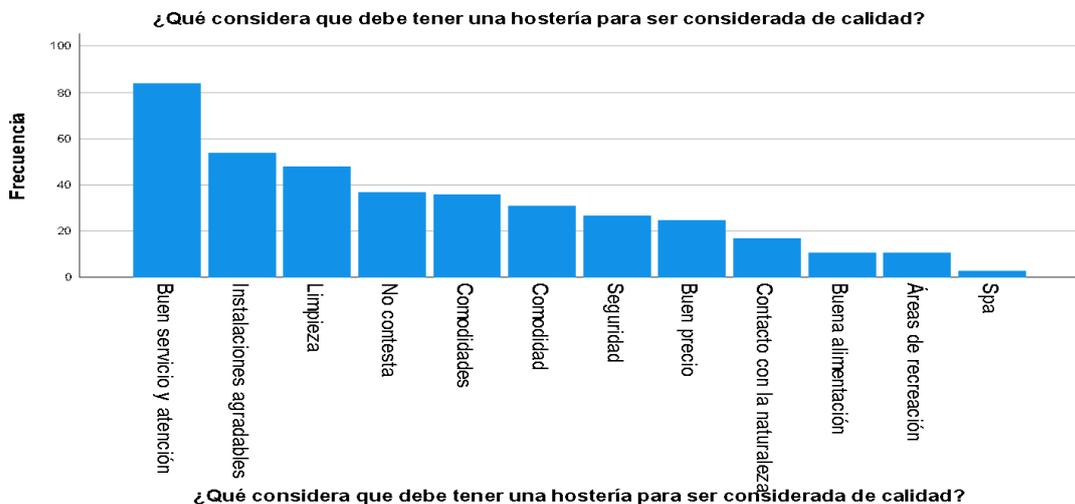
Si ha visitado el cantón Bolívar ¿qué es lo que menos le ha gustado?



¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por un hospedaje en una hostería ecológica en los alrededores de la Represa?



¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por un hospedaje en una hostería ecológica en los alrededores de la Represa?



¿Qué considera que debe tener una hostería para ser considerada de calidad?

Anexo 2

Fichas de atractivos y recursos turísticos de la zona con georreferenciación

SITIO: REPRESA "SIXTO DURAN BALLÉN"		
CANTÓN: BOLÍVAR	PARROQUIA: QUIROGA	
X: 602811	Y: 9901909	
DIRECCIÓN: SE	ALTITUD: 61 msnm	
BARÓMETRO: 1007 pHa	FECHA Y HORA: 20/10/2017 10H00	
OBSERVACIONES.		
<p>La Represa la Sixto Duran Ballén se encuentra dentro de la categoría manifestaciones culturales, es de tipo realizaciones técnicas y científicas y de subtipo obras técnicas.</p> <p>Fue construida con el propósito de almacenar agua y producir energía eléctrica, almacena aproximadamente 450000000 m³ de agua, proporcionando agua a todo el cantón un ordenamiento en la distribución de agua por medio de canales de riego a distintos sitios de la zona. Es de construcción moderna, íntegramente de cemento, hierro y equipamiento tecnológico propio de este tipo de construcción.</p> <p>El área de construcción de la presa es de 47 m. de altura sobre la cava del río Carrizal con una longitud de 700 m., soportan un núcleo arcilloso con un filtro de drenaje para recoger las pequeñas filtraciones que se pudieron haberse producido durante el proceso de construcción y posteriormente durante la fase de explotación del embalse.</p> <p>La represa permite generar una oportunidad de producción pesquera para los comuneros de la zona dedicados a esta actividad siendo muy usual la pesca de dama y tilapia.</p> <p>La temporalidad de acceso es de todo el año, durante las 24 horas al día preferiblemente en días feriados. Dentro de la represa se identifican tres puertos ubicados en distintas zonas como Puerto La Esperanza, Puerto Caña, Puerto Dos Bocas y el Puerto de Julián. El sitio tiene potencial para desarrollar actividades como pesca deportiva, deportes de aventura como Kayak, competencias deportivas como regatas, Caminatas, paseos en bote/Lancha, paseos a caballo, visitas guiadas, observación de Flora y/o Fauna, gastronomía, eventos programados, camping, ciclismo/Bicicleta de montaña.</p>		
PERSONAS	INSTITUCIÓN	MAIL Y TELÉFONO
Abel Chávez	Administrador Represa	0997000392

Anexo 3

**Encuesta para Estudio de Mercado para la creación de una hostería en el
Cantón Bolívar**

Estudio de Mercado para la creación de una hostería en el cantón Bolívar Provincia de Manabí		
Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí ESPAM MFL		Maestría en Turismo Mención Gestión Sostenible en Destinos Turísticos
1. Datos generales:		
Ciudad_____	Hombre_____	Nacionalidad_____
—	Mujer_____	
Profesión: Empresario_____ Empleado público_____ Jubilado_____		
Estudiante_____Profesionista_____ Empleado privado_____ Trabajador cta.		
Propia_____ Otros_____		
Edad: -20_____; 20-29_____; 30-39_____; 40-49_____; +50_____		
2. Motivación y forma de viaje		Viaja:
a. Ocio, recreo y vacaciones_____		
b. Visita a parientes y amigos_____		Solo_____
c. Negocios y motivos profesionales_____		Grupo_____
d. Tratamientos de salud_____		Familia_____
e. Religión, peregrinaciones_____		Pareja_____
f. Otros_____		
3. Con que frecuencia pernocta en algún alojamiento turístico?	4. ¿En qué tipo de alojamiento se aloja más?	
Casi nunca_____	Hotel_____	
De una a dos veces al año_____	Hostal_____	
De 3 a 5 veces al año_____	Hostería_____	
Más de 5 veces al año_____	Resort_____	
	Otros_____	

5. ¿Se ha alojado en el cantón Bolívar? Si _____ No _____ ¿Por qué? _____		6. ¿Cuál es el lugar más cercano al cantón Bolívar donde se ha alojado? _____				
7. Seleccione en qué medida valora las característica y servicios de alojamiento Siendo 1 nada importante, 2 poco importante, 3 indiferente, 4 importante y 5 muy importante.						
		1	2	3	4	5
1)	Precio					
2)	Cantidad de actividades que se pueden realizar					
3)	Seguridad					
4)	Ubicación					
5)	Armonía con la naturaleza					
6)	Que tenga servicio de alimentación					
7)	Silencio					
8. Si ha visitado el cantón Bolívar. ¿Qué es lo que más le ha gustado? _____ _____						
Si ha visitado el cantón Bolívar. ¿Qué es lo que menos le ha gustado? _____ _____						
¿hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por hospedarse en una hostería en los alrededores de la Represa? _____						

<p>¿Qué considera que debe tener una hostería para ser considerada de calidad?</p>
<p>ENTREVISTADOR.....</p> <p>FECHA.....</p>

Anexo 4

Formato para entrevista a expertos

<p>Estudio de Mercado para la creación de una hostería ecológica en el cantón Bolívar Provincia de Manabí</p>	
<p>Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí ESPAM MFL</p>	<p>Maestría en Turismo Mención Gestión Sostenible en Destinos Turísticos</p>
<p>Entrevista a experto en turismo</p>	
<p>Reseña:</p>	
<p>1. ¿Cómo analiza la actividad turística en la provincia de Manabí?</p>	
<p>2. ¿Cómo han evolucionado las tendencias en la oferta hotelera últimamente?</p>	

3. **¿Cuáles son las claves de una gestión hotelera exitosa?**

4. **¿A qué mercado objetivo debería apuntar el cantón Bolívar?**

5. **¿Cómo califica la oferta hotelera actual del cantón Bolívar?**

6. **¿Qué características considera debe tener una hostería ecológica para ser exitosa?**

7. **¿Qué considera usted que se debe hacer en el cantón Bolívar para mejorar su oferta y desarrollo turístico?**

ENTREVISTADOR.....

FECHA.....