



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

CARRERA: INGENIERÍA EN TURISMO
INFORME DE TRABAJO DE TITULACIÓN
PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO INGENIERÍA EN TURISMO

MODALIDAD:
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
TEMA:
**MODELO DE GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTO PARA EL
DESARROLLO DEL TURISMO RURAL EN LA ZONA CENTRO
DE MANABÍ**

AUTORAS:
FRANCISCA M. CHÁVEZ CAMPUZANO
MARÍA E. SALVATIERRA ZAMBRANO

TUTOR:
LIC. JOHNNY P. BAYAS ESCUDERO, Mg.

CALCETA, NOVIEMBRE 2018

DERECHOS DE AUTORÍA

Francisca Monserrate Chávez Campuzano Y María Elizabeth Salvatierra Zambrano declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

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

CHÁVEZ CAMPUZANO FRANCISCA SALVATIERRA ZAMBRANO MARÍA

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

LIC. JOHNNY P. BAYAS ESCUDERO, Mg. Certifica haber tutelado el proyecto **MODELO DE GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL EN LA ZONA CENTRO DE MANABÍ**, que ha sido desarrollado por Francisca Monserrate Chávez Campuzano y María Elisabeth Salvatierra Zambrano, previo a la obtención del título ingeniería en turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN ESPECIAL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

LIC. JOHNNY P. BAYAS ESCUDERO, Mg.

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el trabajo de titulación **MODELO DE GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL EN LA ZONA CENTRO DE MANABÍ**, que ha sido propuesto, desarrollado por Chávez Campuzano Francisca Monserrate y María Elisabeth Salvatierra Zambrano, previa la obtención del título de Ingeniería en turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

Mg. CONSUELO M. MEJÍA R.

MIEMBRO

Mg. YAMIL DOUMET CHILÁN N.

MIEMBRO

M.Sc. NELSON GARCÍA REINOSO.
Presidente

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que me 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 Dios por darme las fuerzas para superar los obstáculos y dificultades que se presentan a lo largo de mi preparación profesional.

A mis padres por sus consejos, comprensión, amor y ayuda en los momentos difíciles de mi carrera.

A mi esposo porque con su amor incondicional ayudo a impulsarme y no permitió que me rindiera en estos años de preparación.

A mi hijo quien ha sido y es mi motivación, e inspiración, por el que lucho día a día y me da fuerzas para no desfallecer en los objetivos que me he propuesto.

A mis suegros por compartir momentos significativos y por siempre estar dispuestos a escucharme y ayudarme en cualquier momento que lo he necesitado.

Al Mg. Jhonny Bayas Escudero, por su valioso tiempo que dedico en el asesoramiento para el desarrollo del proyecto de titulación.

Y, por último, pero no menos importante a mi compañera de trabajo que con su gran calidad humana me ha demostrado el valor de la amistad, y con su paciencia me ayudo a plasmar ideas que quedan plasmadas en este nuestro proyecto.

Francisca Monserrate Chávez C.

María Elisabeth Salvatierra Z

DEDICATORIA

Este proyecto de titulación se lo dedico a Dios quien supo guiarme por el buen camino, darme fuerza para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban enseñándome a superar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy, a mis docentes gracias por su tiempo, por su apoyo, así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional.

Francisca Monserrate Chávez C.

María Elisabeth Salvatierra Z

CONTENIDO GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA.....	ii
CERTIFICACIÓN DE TUTOR.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
CONTENIDO GENERAL	vii
CONTENIDO DE CUADROS Y FIGURAS.....	x
RESUMEN.....	xii
PALABRAS CLAVES.....	xii
ABSTRACT.....	¡Error! Marcador no definido.
KEY WORDS.....	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	xii
1.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	6
1.2.1. TEÓRICA.....	6
1.2.2. PRÁCTICA.....	6
1.2.3. METODOLÓGICA.....	6
1.2.4. SOCIOECONÓMICA	7
1.3 OBJETIVOS.....	8
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	8
1.3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
1.4 IDEA A DEFENDER.....	9
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	10
2.1. DESARROLLO TURÍSTICO	10
2.1.2. TIPOS DE DESARROLLO TURÍSTICO	12
2.1.3. PLANIFICACIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO	15
2.1.4. FASES DE LA PLANIFICACIÓN.....	18
2.1.5. POTENCIALIDAD TURÍSTICA RURAL.....	20
2.1.6. OFERTA Y DEMANDA	24
2.1.7. DESARROLLO TURÍSTICO RURAL	27
2.1.8 DESARROLLO RURAL Y EMPRENDIMIENTO.....	30
2.1.9 IMPORTANCIA DEL EMPRENDIMIENTO.....	34

2.10. TIPOS DE EMPRENDIMIENTOS	36
2.11. ELEMENTOS DEL SISTEMA EMPRENDEDOR.....	40
2.12. EMPRENDIMIENTO Y GESTIÓN TURÍSTICA	42
2.13. MODELOS DE GESTIÓN TURÍSTICA	46
2.14. INDICADORES DE GESTIÓN TURÍSTICA RURAL.....	51
CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO	57
3.1. FASE I. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	60
3.1.1 CARACTERIZACIÓN DEL TERRITORIO RURAL DE LOS CANTONES (BOLÍVAR, JUNÍN Y TOSAGUA).....	61
IDENTIFICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES RURALES	62
ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTOS RURALES	63
INVENTARIO DE RECURSOS	64
3.1.2 FASE II. POTENCIALIDAD TURÍSTICA RURAL	65
ANÁLISIS DE LAS POTENCIALIDADES RURALES	65
ANÁLISIS DE LA OFERTA Y OPERACIÓN.....	66
ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	68
DESARROLLO DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.....	69
ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN	70
3.1.3 FASE III MODELO DE GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO.	72
ALIANZAS ESTRATÉGICAS	72
SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN.....	72
CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	73
4.1. FASE I DIAGNÓSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL	73
4.1.1. CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO	73
4.1.2 INFORMACIÓN GENERAL DEL CANTÓN BOLÍVAR	74
4.1.3 INFORMACIÓN GENERAL DEL CANTÓN JUNÍN	76
4.1.4 INFORMACIÓN GENERAL DEL CANTÓN TOSAGUA.....	78
4.1.5 IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIONES RURALES.....	80
4.1.6 ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTOS RURALES. 86	
4.1.8 ANÁLISIS DE LA MATRIZ FODA	99
4.1.7 INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS RURALES.	103
4.1.9 ANÁLISIS DE LAS POTENCIALIDADES	106
ANÁLISIS DE LA OFERTA Y OPERACIÓN	111
ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	115

DESARROLLO DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS	117
ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN	119
4.3. FASE 3. PROPUESTA DEL MODELO DE GESTIÓN DE EMPRESARIADO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL.	121
4.3.1 OBJETIVO	123
4.3.2. MISIÓN	123
4.3.3. VISIÓN.....	123
4.3.4. VALORES CORPORATIVOS	123
4.3.5 METAS CORPORATIVAS	124
4.3.6 ESTRATEGIAS DEL MODELO DE GESTIÓN SOSTENIBLE	124
4.3.7. OPERATIVIDAD DEL MODELO DE GESTIÓN.....	126
EVALUACIÓN Y CONTROL	129
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	134
5.1. CONCLUSIONES	134
5.2. RECOMENDACIONES	135

CONTENIDO DE CUADROS Y FIGURAS

CONTENIDO DE CUADROS

Cuadro 1: 02.01 Tipos de desarrollo turístico	13
Cuadro 2: 02.02. Metodologías para evaluar el potencial turístico	22
Cuadro 3: 02.03 características de la gestión	44
Cuadro 4	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro 5: 02.05 Indicadores para gestionar un destino turístico	53
Cuadro 6: 03.01 Metodología según autores	58
Cuadro 7: 04.01 población de Junín.....	76
Cuadro 8: 04.02 superficie por categoría de cultivos.....	77
Cuadro 9: 04.03: Organizaciones rurales Ángel Pedro Giler	80
Cuadro 10: 04.04: Organizaciones rurales Parroquia Bachillero	82
Cuadro 11: 04.05: Organizaciones rurales Parroquia Quiroga	83
Cuadro 12: 04.06: Organizaciones rurales Parroquia Membrillo	84
Cuadro 13: 04.02. Matriz FODA.....	100
Cuadro 14: 04.03 ponderación de la matriz FODA.....	101
Cuadro 15 : 04. 04: principales variables de la matriz FODA	101
Cuadro 16: 04.05 Inventario turístico de los recursos naturales de la zona centro de Manabí	103
Cuadro 17: 04.06 Matriz de recursos turísticos	105
Cuadro 18: 04. 08 definiciones de atributos	107
Cuadro 19: 04.09 Matriz de potencialidades	107
Cuadro 20: 04.10 Resultado de potencialidades	108
Cuadro 21: 04. 12 Matriz del perfil del visitante.....	116
Cuadro 22: 04.14 criterio de expertos	130

CONTENIDO DE GRÁFICOS

grafico 1: 02.01 Elementos del sistema turístico	17
grafico 2: 02.02: Dimensiones para medir indicadores	52
grafico 3: 04.01 planificación.....	86
grafico 4: 04.02 cumplimiento	87
grafico 5: 04.03 razones.....	88
grafico 6: 04.04 Asesoría profesional	88
grafico 7: 04.05 funciones	89
grafico 8:04.06 funciones de la empresa.....	90
grafico 9: organización	90
grafico 10: 04.08 personal capacitado.....	91
grafico 11: 04.09 número de empleados	92
grafico 12 04.10estrategias	92
grafico 13: 04.11 productividad de empleados	93
grafico 14: 04.12 incremento de productividad.....	94
grafico 15: 04.13 criterio de clientes.....	94
grafico 16: 04.14 frecuencia	95

grafico 17: 04.15 metas de la empresa	96
grafico 18: 4.16 ingresos	97
grafico 19: 04.17 mujeres.....	97
grafico 20: 04.18 capacidades especiales.....	98

CONTENIDO DE IMAGENES

imagen 1: 03.01. Ficha de caracterización	61
imagen 2: 03.02. Ficha para organizaciones rurales	62
imagen 3: 03.03. Ficha para la matriz FODA	64
imagen 4: 03.05 Ficha de potencialidades	66
imagen 5: 03.06 Ficha de establecimientos	68
imagen 6: 03.07. Ficha para la demanda	69
imagen 7: 03.08. Matriz de generación de productos	70
imagen 8: 03.09. Ficha de comercialización.....	71
imagen 9: 04.01. Mapa de la zona centro de Manabí.....	74

RESUMEN

El objetivo principal de la investigación fue diseñar un modelo de gestión de emprendimiento para el desarrollo del turismo rural en la zona centro de Manabí, la cual es de tipo descriptivo- exploratoria. Para llevar a cabo lo propuesto se plantearon tres objetivos específicos: El primero estuvo direccionado al diagnóstico de la gestión en los emprendimientos rurales, mediante una ficha de caracterización para conocer la condición actual del área de estudio tanto en el ámbito demográfico como infraestructura y servicios básicos, además de realizar un análisis FODA y el inventario de los recursos naturales y culturales, se identificó varias problemáticas como una limitada infraestructura turística, además se evidencia una planificación turística deficiente en la gestión de los emprendimientos, ya que no existe un trabajo en conjunto entre los sectores públicos y privados. El segundo objetivo se enfocó en el análisis de las potencialidades turísticas rurales mediante la aplicación de la matriz de potencialidades, la cual permitió identificar que existe mucho potencial que no está siendo manejado de la manera correcta; el tercer objetivo se centró en la estructuración del modelo de gestión detallando, la misión, visión, estrategias, objetivos y actividades que se deben realizar para hacer efectiva la gestión dentro del área turística rural, las mismas que serán evaluadas y controladas por cada uno de los actores, para la mejora en la gestión de los emprendimientos rurales en la zona centro de Manabí.

PALABRAS CLAVES

Estrategias, Productos, Servicios, Recursos, Potencialidades.

SUMMARY

The main objective of the research was to design an entrepreneurial management model for the development of rural tourism in the central area of Manabí, which is descriptive-exploratory in nature. To carry out the proposed project, three specific objectives were planted: The first was addressed to the diagnosis of management in rural enterprises, using a characterization sheet to know the current condition of the study area both in terms of population and infrastructure and basic services , besides carrying out a SWOT analysis and the inventory of natural and cultural resources, several problems were identified as a limited tourist infrastructure, as well as a deficient touristic planning in the management of the undertakings, since there is no joint work between the public and private sectors. The second objective focused on the analysis of rural tourism potential through the application of the potentialities matrix, which allowed to identify that there is a lot of potential that is not being managed in the right way. The third objective focused on the structuring of the management model detailing, the mission, vision, strategies, objectives and activities that must be carried out to make effective the management within the rural tourism area, which will be evaluated and controlled by each of the actors, for the improvement in the management of rural enterprises in the central area of Manabí.

KEYWORDS

Strategies, Products, Services, Resources, Potentials.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Debido a la importancia que ha tomado actualmente la actividad turística, como una de las principales actividades económicas poríferas para el desarrollo, prosperidad y bienestar tanto nacional como internacional según lo indica la Organización Mundial de Turismo (2015 pag.2) se ha evidenciado la necesidad de implementar modelos de gestión que permitan mejorar el desarrollo continuo en el ámbito turístico. En muchos países donde la actividad turista se ha venido dando con más relevancia como parte de la matriz productiva de los territorios involucrados.

Por otra, en base al incremento turístico se han venido presentando una serie de problemática que obstaculizan el correcto manejo y desarrollo de los recursos. En base a las problemáticas que surgen se puede evidenciar que en Ecuador a pesar de que existen planes y programas de desarrollo tales como: Plan Nacional de Desarrollo de Turismo Sostenible (PLANDETUR 2020) el Plan Nacional del Buen Vivir, a pesar de encontrarse situado en un área privilegiada para desarrollar actividades de turismo rural gracias a su mega biodiversidad, sin embargo los gestores locales no logran hacer una planificación adecuada en cuanto a los emprendimientos turísticos con la finalidad de promover el turismo rural, lo cual conlleva a una serie de inconvenientes al momento querer ingresar en el ámbito de la actividad turismo.

Es evidente que la falencia radica principalmente en el deficiente conocimiento sobre emprendimientos rurales que poseen los pobladores, reflejado en el desaprovechamiento de las potencialidades turísticas rurales, por lo tanto las personas que habitan en las comunidades donde existen los recursos naturales basan su economía solo en la agricultura que es su como principal fuente de ingresos económicos, sin intenciones de variar las actividades cotidianas. Por otra parte la deficiente organización del gobierno nacional limita el manejo de emprendimientos turísticos ya que las personas no realizan las debidas

panificaciones en cuanto al manejo antes durante y después de llevar a cabo la idea de negocio (MINTUR,2007).

También la limitada importancia a los emprendimientos turísticos genera la deficiente vinculación de la población y el turismo rural. Otro factor muy relevante es el limitado financiamiento para potenciar los emprendimientos por lo tanto existe un limitado número de emprendimientos turísticos, donde una pequeña parte de la población puede solventar la inversión que trae consigo el negocio. De igual manera las deficientes facilidades rurales tales como: vías de acceso hacen que las personas no puedan ingresar con facilidad hasta donde se encuentra la diversidad de recursos existentes, debido a esto existen lugares que son desconocidos por los turistas tanto nacionales como extranjeros. (PLANDETUR 2020).

En la provincia de Manabí la situación es similar dado a que los esfuerzos de la población local no han sido suficiente para potenciar el turismo especialmente en la zona centro de Manabí, donde mencionar la práctica del turismo rural es casi limitada, por lo tanto solo existen dos emprendimientos puesto énfasis en la práctica del turismo rural y conservación del medio tales como la finca Sarita y la finca orgánica rio muchacho las cuales cultivan sus productos de una forma orgánica sin contaminar el medio ambiente, existen más potencial dentro de la provincia el mismo que aún no es desarrollado lo cual se debe al limitado financiamiento que reciben las personas que emprender en el turismo rural por lo tanto existen un limitado número de emprendimientos.

Además la limitada organización del gobierno provincial genera un deficiente interés tanto a nivel cantonal como local lo que trae consigo el desinterés que presentan las personas a invertir en emprendimientos de turismo rural, es así que la deficiente capacitación técnica sobre emprendimientos también forma parte del deficiente manejo de los negocios especialmente en cuanto a la prestación del servicio en ámbito turístico, cada uno de estos aspectos constituyen el deficiente interés en desarrollar emprendimientos, por lo tanto se puede evidenciar una limitada creatividad turística, ya que las personas no

vinculan al turismo como una nueva fuente de ingresos económicos (MINTUR 2012).

Según el Ministerio de turismo (2012) indica que el turismo rural actualmente comprende una de las principales actividades turísticas con mayor demanda en el mercado, y que los turistas extranjeros buscan practicar actividades rurales, el (73,8%) seguida de las demás variantes de turismo las cuales son el turismo cultural y el ecoturismo representado con el (21,0%) no se le ha dado prioridad a mejorar la oferta enfocada en este tipo de modalidad turística.

Sin embargo el centro de la provincia de Manabí conformado por cinco cantones: Bolívar Junín, Tosagua, Rocafuerte y Pichincha, de los cuales tres serán parte de la investigación, los cantones Bolívar, Junín y Tosagua, los mismos que presentan dificultades en la gestión turística, lo que a su vez trae una serie de consecuencias tales como: las normativas turísticas nacionales y cantonales, las cuales no aportan mucho al desarrollo turístico local, pues no se está efectuando la correcta utilización de los espacios para contribuir al desarrollo de los recursos existentes, ya que no existe una armonización entre las diferentes políticas, actores y comunidades, mediante una participación activa de los involucrados, lo cual no está promoviendo el desarrollo sostenible de una manera planificada y coordinada para que el turismo sea considerado como una actividad complementaria en el bienestar de los habitantes.

Al mismo tiempo la deficiente capacitación área del servicio lo cual retrasa el proceso en la mejora continua hacia la excelencia, por lo tanto las necesidades de los clientes no los satisfechas en su totalidad, además del desconocimiento hace que los habitantes no se involucren y se motiven en las oportunidades de desarrollo que mediante la actividad turística, cabe mencionar que este desconocimiento trae consigo la dificultad presente durante el proceso de los trámites para legalizar la creación de un nuevo emprendimientos, lo cual desmotiva a los habitantes que desean crear su propia microempresa, de la misma manera los pocos incentivos económicos hace que las ideas de negocios sean solo parte de sueños que no pueden ser llevados a la práctica

ya que no existe el capital necesario para llevar a cabo una idea emprendedora en el área de estudio.

Por lo tanto no se está regulando la presencia masiva de visitantes a un recurso natural lo que afecta directamente al deterioro del mismo ya que no se ha determinado la capacidad de carga del lugar mediante una gestión correcta, otro problema es el aumento de los precios especialmente en épocas de feriados, ya que no existe un ente que gestione los acuerdos respectivos entre los prestadores de lo cual afectan el desarrollo especialmente en las áreas rurales ubicadas dentro de cada uno de los cantones.

Según el Plan estratégico provincial de turismo sostenible de Manabí (2008 – 2012) indica que una de las principales falencias en el desarrollo del turismo rural es la deficiente organización y apoyo de los GAD, ya que éstos no incentivan a los habitantes de las comunas a desarrollar proyectos vinculados al turismo porque debido al desconocimiento de los propietarios, ellos no desean formar parte de la creación de nuevas alternativas en los emprendimientos vinculando las actividades agropecuarias con el turismo mediante la utilización de materiales que muchas veces no se está utilizando, sin embargo el este nulidad respecto al turismo les hace pensar en que les quitaran sus espacios, por lo tanto perderían sus cultivos, por tal razón al momento de ser convocados a reuniones de capacitación los comuneros no asisten lo cual dificulta tomar las medidas necesarias para cada situación en la actividad turística, lo que generalmente se ve reflejado en los mínimos proyectos de emprendimiento turístico existentes que permitan potencializar los recursos naturales y culturales, lo cual trae consigo el retraso en el camino hacia el desarrollo turístico local y provincial, ya que según el Consejo Provincial de Manabí (2007) no se gestionan productos innovadores que varíen la oferta en el mercado.

También constituye problemas el deficiente financiamiento por parte de las organizaciones financieras nacionales que han dado prioridad a emprendimientos en el ámbito de la agricultura pero al ámbito turístico se le ha dado poca importancia a menos que existan asociaciones de comuneros y

puedan financiar sus ideas de negocios, por lo tanto aunque existan ideas de emprendimientos no se pueden ejecutar ya que los habitantes no cuentan el capital necesario para iniciar la gestión y actividades pertinentes, consecuentemente existe un limitado números de emprendimientos, los cuales pertenecen a una pequeña parte de emprendedores que pueden financiar sus negocios. Además, el desconocimiento del valor turístico por parte de los habitantes no les permite conocer los aportes que esta modalidad les puede brindar, como consecuencia los habitantes de las zonas rurales se ven obligados a buscar otras actividades de subsistencia diaria provocando un mínimo número de emprendimientos turísticos. Por las razones anteriormente planteadas surge la siguiente interrogante:

¿Cómo beneficiaría un modelo de gestión de emprendimiento en el desarrollo del turismo rural en la zona centro de Manabí?

1.2. JUSTIFICACIÓN

1.2.1. TEÓRICA

La presente investigación se justifica porque se analizan varios conceptos de los autores que consideran la importancia de la gestión en el desarrollo turístico rural, CODESPA 2011 y León 2016” la actividad turística demanda una serie de modificaciones y cambios que conllevan a la necesidad de implementar modelos de gestión que aporten a la mejora de las acciones en el área rural, donde interviene el aspecto, económico, social y ambiental que representan la situación actual del área de estudio.

1.2.2. PRÁCTICA

Mediante la aplicación de un modelo de gestión de emprendimiento del turismo rural en la zona centro de Manabí contribuirá como herramienta para que se lleve a cabo una adecuada planificación de los emprendimientos turísticos, y a su vez generar nuevas oportunidades de trabajo con la finalidad de promover el desarrollo del turismo rural, ya que los habitantes tendrán una herramienta que les permitirá gestionar los recursos existentes y así brindar un servicio en base a las necesidades de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

1.2.3. METODOLÓGICA

Para alcanzar los objetivos planteados en la presente investigación se tomará como referencia la metodóloga aplicada por León (2016) la cual incluye métodos, técnicas y herramientas, las mismas que servirán para la recopilación de información necesaria para la elaboración del diagnóstico situacional del territorio mediante la aplicación de una matriz DAFO, para posteriormente realizar un estudio exhaustivo de la oferta mediante la aplicación de entrevistas, y finalmente se realizara el estudio de la demanda a través de la aplicación de las encuestas. Asimismo, se validará el modelo de la Fundación CODESPA el cual consiste en detallar los componentes mediante el detalle de la cadena de valor turístico tales como: la oferta y demanda a través de estrategias y componentes.

1.2.4. SOCIOECONÓMICA

La presente investigación está basada en los principales factores que intervienen dentro de las áreas rurales tales como: El factor social y económico, además de que exista un dinamismo en la economía local y poder contribuir al desarrollo del lugar, mediante la creación de nuevos microemprendimientos con la finalidad de combatir el aislamiento económico mediante el desarrollo de sus capacidades empresariales en el ámbito de los emprendimientos turísticos, lo cual contribuirá a frenar la migración rural, a través de la creación de nuevas oportunidades de trabajo lo cual favorecerá el nivel de vida de cada uno de los habitantes, de la misma manera será de vital importancia ya que mediante la creación de emprendimientos turísticos rurales podrán dinamizar la oferta en el mercado lo cual servirá para que las personas inmersas en el turismo incrementen sus ingresos económicos de una manera muy favorable, y esto a su vez aporte a una sostenibilidad equitativa.

OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

- Diseñar un modelo de gestión de emprendimiento para el desarrollo del turismo rural en la zona centro de Manabí.

1.3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar la gestión del emprendimiento turístico en las áreas rurales de los Cantones Bolívar, Junín y Tosagua.
- Identificar las potencialidades para la creación de emprendimientos turísticos rurales.
- Establecer el modelo para la gestión de emprendimientos turísticos rurales en los cantones Bolívar Junín y Tosagua.

1.4. IDEA A DEFENDER

Si se plantea un modelo de gestión de emprendimiento se contribuirá al desarrollo del turismo rural en la zona centro de Manabí.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Mediante el marco teórico referencial que se desarrolla a continuación se presentaran las variables relacionadas con el tema principal de la investigación.

2.1. DESARROLLO TURÍSTICO

En plena era de la globalización, y la competencia voraz por un crecimiento económico, las ciudades tanto en los países desarrollados como en vías de desarrollo, han visualizado en el turismo una alternativa para atraer recursos e inversiones cada vez más significativas, lo que las hace especializarse en la oferta de servicios e idealmente impactando de forma positiva la extensión de infraestructuras, la producción de grandes espacios urbano-arquitectónicos, la conservación del patrimonio tangible e intangible existente, y sobre todo logrando su distribución y disfrute homogéneo tanto para visitantes, como para residentes. (Cortés, 2013, p.155)

En los últimos años la actividad turística ha sufrido cambios radicales que han sido de vital importancia para los países en desarrollo, a través del cual no solo se han creado plazas de trabajo en este sector, sino que también ha sido parte en la dinamización de la oferta en el mercado tanto nacional como internacional en base al potencial de cada territorio. Por lo tanto, el turista espera las novedades que le puede ofrecer el mercado partiendo de innovación, sin dejar a un lado las necesidades de la demanda, es decir tomar en cuenta las tendencias actuales mediante el uso de materiales del medio, lo cual permitirá dinamizar la oferta turística, considerando el involucramiento de la comunidad local, en el desarrollo de nuevas oportunidades en el ámbito turístico.

Para alcanzar dicho desarrollo debe se debe impulsar la adecuada gestión turística local de manera planificada para el desarrollo de zonas

vírgenes, ya que cualquier proceso de investigación debe englobarse en un proceso que determine una visión estratégica y los mecanismos que permitan alcanzar los objetivos planteados. (Pujol, 2015, p. 28)

Adicionalmente el desarrollo turístico trae cambios a la sociedad, como medio de variación a la economía, como brindar una solución económica a países en desarrollo, generando plazas de empleo, disminuyendo la migración especialmente en las áreas rurales, y contribuyendo a la conservación de la cultura local, lo que convierte al turismo en una industria que brinda oportunidades de generar productos y crecimiento financiero, ya que todos los países, parroquias y comunidades poseen recursos tanto naturales como culturales, humanos e institucionales que fácilmente pueden ser desarrollados, como actividad complementaria a la economía tradicional, convirtiéndose en una industria que puede adaptarse a otros medios económicos, por ser un sector dinámico tanto en el ocio, salud, negocios, agricultura, entre otros vinculando las actividades que involucran tanto el ámbito rural como urbano.

De esta manera se puede afirmar que el turismo constituye un medio para el crecimiento económico y social de manera directa e indirecta, contribuyendo a la creación de nuevos emprendimientos innovadores utilizando herramientas locales a través de investigaciones del potencial que existe en cada región o país, mediante el deseo de crear nuevas oportunidades, y estos a su vez pueden ser utilizados para mejorar la oferta turística existente, lo que alcanzaría un incremento significativo en la demanda tanto nacional como internacional.

Por su parte el desarrollo turístico comprende el impulso e interés de los actores involucrados y habitantes de las comunidades rurales a conservar su patrimonio y cultura local, tanto en sus tradiciones, costumbres, historia y materiales que eran utilizados por los ante pasados y que actualmente se están perdiendo cada uno de estos elementos, lo que a través del turismo se puede recuperar y desarrollar, a su vez puede convertirse en un gran potencial para una localidad. Por lo tanto el efecto que tiene el turismo en el ámbito económico como social es positivo, ya que permite lograr una visión diferente en los

habitantes de una localidad hacia una nueva fuente de ingresos económicos. La zona centro de la provincia de Manabí cuenta con un alto potencial turístico natural y cultural que puede ser desarrollado a través de actividades ligadas al turismo, y así brindar cambios en el ámbito económico social y ambiental para las comunidades locales.

2.1.2. TIPOS DE DESARROLLO TURÍSTICO

El desarrollo turístico rural contempla una serie de elementos que van desde satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las generaciones futuras, ya que el desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente, y equitativo desde una perspectiva ética y social para la comunidad local involucrada. (Gómez, 2015, p. 8)

Las características del desarrollo turístico comprenden un proceso de cambios significativos, que resulta evidente la necesidad de disponer de un sistema de información, dicho sistema se articula en torno a la creación de un conjunto de indicadores adaptados a los principios de desarrollo sostenible, ya que los tres ejes básicos que conforman el tipo de desarrollo rural comprende: la preservación del patrimonio natural y cultural, la viabilidad económica y equidad social son susceptibles de análisis y medición periódica a través de los indicadores adaptados a cada realidad territorial, los cuales deben ir acompañados de la creación de un sistema de información territorial que incluya variables de diversas naturaleza, a la vez que la escala de trabajo local se muestre como la más apropiada para el tratamiento de la información territorial.

En términos generales el desarrollo turístico se lo considera mediante tres tipos de indicadores:

- Indicadores de presión: reflejan las presiones directas e indirectas sobre el medio.
- Indicadores de estado. Describen las condiciones ambientales en un momento determinado, la cantidad y calidad de los recursos naturales
- Indicadores de respuesta. Corresponden al grado en que la sociedad responde a los cambios ambientales. Integran las políticas de la diferente, administraciones territoriales y sectoriales, así como las actuaciones de empresas y agentes, para paliar o prevenir la degradación de las condiciones ambientales. (Gonzales, 2016, p. 80)

El desarrollo turístico ha venido cambiado en base a los fenómenos que existen en una determinada localidad y las características y necesidad de la demanda, donde el producto que se ofrece debe considerar e incluir los medios que permiten satisfacer las principales necesidades como: transporte, alojamiento, alimentación, servicios y diversión. Desde este punto de vista cabe hablar de los tipos de desarrollo turístico, como se muestra en el siguiente cuadro 02.01.

CUADRO 1: 02.01 TIPOS DE DESARROLLO TURÍSTICO

Modalidad turística	Categoría	Actividad
Turismo tradicional	Sol y playa	Visitas aglomeradas en playas y actividades acuáticas en complejos turísticos
	Actividades culturales en grandes ciudades	Visitas a sitios históricos, eventos musicales o ferias en grandes ciudades
	Otras actividades de esparcimiento en lugares con lujosa infraestructura	Vistas a restaurantes lujosos y casinos, entre otros.
Ecoturismo		Talleres de educación ambiental
		Senderismo interpretativo Observación sideral
		Rescate de flora y fauna
		Observación de flora y fauna
		Observación de ecosistemas
		Observación geológica
		Montañismo

Turismo alternativo	Turismo de aventura	Rappel
		Cabalgata
		Escalada
		Espeleologismo
		Ciclismo de montaña
		Caminata
	Turismo rural	Talleres artesanales
		Etnoturismo
		Eco arqueología
		Agroturismo
		Preparación y uso de medina tradicional
		Talleres y disfrute gastronómico
		Fotografía rural
Aprendizaje de dialectos Vivencias mística		

Fuente: Elaboración propia

Para el desarrollo turístico de la zona centro de Manabí se deben considerara los indicadores de presión, ya que se pretende crear nuevos emprendimientos, los que necesitarán un estudio sobre la incidencia ya sean positivas o negativas que tendrá determinado proyecto en el medio donde se desarrollaran, lo que a su vez indicará las condiciones actuales del ambiente y la calidad de los recursos naturales y culturales que existen en la zona, para finalmente conocer la actitud o la acogida que brinden los habitantes hacia las nuevas perspectivas en el ámbito emprendedor unificando las actividades cotidianas con la actividad turística, teniendo presente las políticas ambientales del país para el manejo de los recursos, así como el apoyo de los actores locales como son los Gobiernos Autónomos Descentralizados, para posteriormente dirigir los esfuerzos hacia un mercado determinado como: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural, ya que son estas actividades que se pueden realizar en dichos espacios rurales, y por ende donde surgirán los nuevos emprendimientos turísticos.

2.1.3. PLANIFICACIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO

La planificación, entendida como el proceso para alcanzar el crecimiento y el desarrollo de un determinado territorio, identifica elementos constitutivos y funcionales que promueven resultados positivos en el proceso de la planeación. Considera como un pilar fundamental para el desarrollo del turismo, ya sea en destinos establecidos o para la creación y desarrollo de nuevos proyectos. (Guerrero, 2016, p. 4)

También es la primera función administrativa porque sirve de base para las demás funciones. Esta función determina por anticipado cuáles son los objetivos que deben cumplirse y que debe hacerse para alcanzarlos; por tanto, es un modelo teórico para actuar en el futuro. La planificación comienza por establecer los objetivos y detallar los planes necesarios para alcanzarlos de la mejor manera posible. (Bernal, 2012, P. 2)

Dada la situación actual del turismo rural y los niveles investigativos que se requiere para satisfacer las nuevas tendencias y requerimientos de la demanda, se determina la importancia que tiene la planificación en este campo, para cumplir con los objetivos planteados en un nuevo proyecto de emprendimiento, ya que por medio de la planificación se puede realizar el análisis de la situación actual del área a desarrollar, que posteriormente permitirán formular las estrategias y planes de acción que permitan obtener óptimos resultados en los objetivos que se planteen. Además la planeación permite conocer el entorno donde se establecerá la empresa, y hacia qué mercado objetivo está dirigiendo sus productos o servicios, lo que permite organizar y utilizar de mejor manera los recursos y actividades que servirán

para supervisar y evaluar el proceso en el cumplimiento de lo planificado con anticipación.

La planificación es cada vez más aplicada en el turismo, ya que ha mostrado su capacidad para aportar al desarrollo social y económico de muchos territorios. De allí que cada vez que se requiere de un método que haga que los esfuerzos invertidos y los recursos utilizados, tanto internos como externos, sean optimizados al máximo con la finalidad de lograr un desarrollo turístico equitativo. (Toselli, 2015, p. 3)

La planificación es muy importante en el ámbito turístico, ya que dicha actividad genera una serie de impacto ya sea en la población y en el medio ambiente dependiendo el espacio donde se lo realice, sean estos positivos o negativos, por lo tanto la planificación turística resulta de vital importancia para garantizar el correcto uso de los espacios donde existen los recursos naturales y culturales, aplicando e implementando las respectivas estrategias a corto, mediano y largo plazo teniendo presente las necesidades y requerimientos de la demanda a los cuales estarán dirigidos los nuevos productos turísticos. Por ello es necesario realizar los respectivos acuerdos con los habitantes de las zonas donde se encuentran los recursos, lo cual permitirá llevar a buen término las acciones a ejecutar, permitiendo un desarrollo equilibrado entre el medio y los actores involucrados. Por otra parte, se debe optar por una planificación que contemple los siguientes aspectos dentro de las actividades a llevarse a cabo: (Molina, 2013, P.6)

- Supervisar
- Coordinar y
- Dirigir las entidades operativas

Es importante recalcar que los pasos antes señalados, aportan a la mejora de la planificación y gestión por medio de la supervisión de las actividades que se estén realizando se podrá regular el avance del proyecto que se esté realizando

lo cual permitirá el cumplimiento de los objetivos, así como determinar las acciones preventivas o correctivas, que conlleven a un desarrollo exitoso en el área turística. Por otra parte, se deben coordinar los roles que tendrán cada uno de los integrantes de los proyectos lo que contribuirá a obtener resultados ventajosos tanto para los autores del proyecto como para los consumidores. De la misma manera se deben dirigir las entidades operativas, lo cual aporta a la mejora en la organización interna con el fin de aumentar su capacidad para conseguir los propósitos planteados.

En base a lo analizado se establece que para el desarrollo de nuevos emprendimientos turísticos debe partirse de un diagnóstico turístico del área donde se desea emprender, para conocer la situación actual de los recursos y toda la oferta turística, ya que es la primera etapa del proceso de planificación de un nuevo proyecto, para luego aplicar las acciones y estrategias pertinentes, para la toma de decisiones. Para ello Molina 2013 señala los siguientes componentes del sistema turístico, que deben ser considerados en el gráfico 02.01.

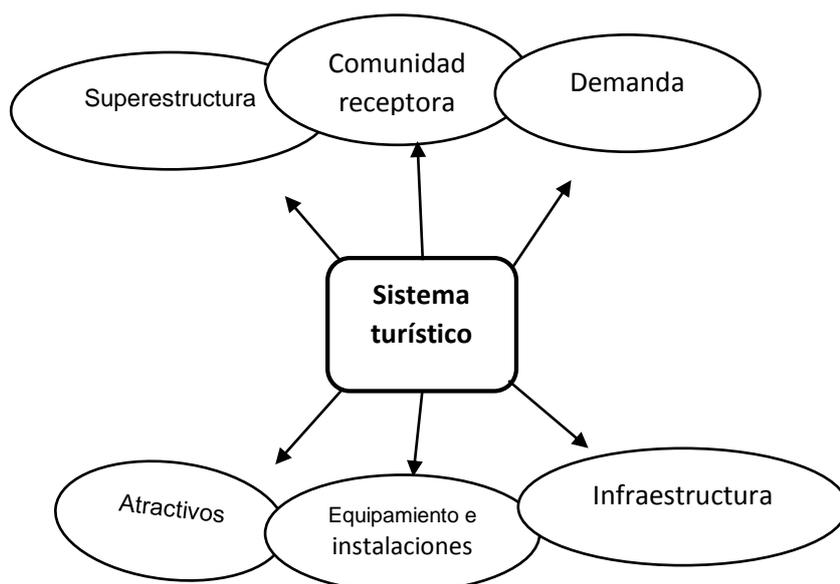


GRAFICO 1: 02.01 ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO
Fuente: Elaboración propia

Como es evidente en la gráfica anterior se deben tomar en cuenta cada uno de estos componentes para un desarrollo turístico óptimo, dado que estos

elementos complementan a un producto turístico, por tal razón debe realizarse un estudio minucioso de la superestructura que es el ente público o privado que regulan la actividad turística en un área determinada, dando así también la oportunidad de realizar vínculos con la comunidad receptora donde existe potencialidad, ya que estos forman parte del elemento humano que se capacitará para la prestación del servicio, buscando la satisfacción de la demanda en base a las necesidades de esparcimiento, ocio tiempo libre o vacaciones.

Por otra parte, se debe recolectar la información necesaria sobre la oferta turística que posee un determinado territorio, la cual formará parte de los productos a ofrecer al mercado objetivo, por el cual se ha venido realizando toda esta investigación y planificación, siendo también importante la adecuación de los equipamientos e instalaciones tales como hoteles y restaurantes, ya que permitirán al turista poder disfrutar por más tiempo de los atractivos turísticos.

2.1.4. FASES DE LA PLANIFICACIÓN

Para llevar a cabo una adecuada planificación se deben considerar una serie de aspectos necesarios que aportaran a la obtención de los objetivos planteados en una investigación, y durante la ejecución de un nuevo emprendimiento. Por lo tanto, es importante valorar las condiciones actuales, lo cual incluye los recursos tanto materiales como humanos, las tendencias del mercado, el aspecto económico y la competitividad, ya que esto permitirá generar planes estratégicos con la finalidad de una mejor organización, para luego fijar los objetivos ya sean a corto, mediano y largo plazo que permitan aprovechar las oportunidades de un área establecida. Mediante la definición de los objetivos se tomará acciones más precisas para poder alcanzar las metas de la organización empresarial, ya que las metas hacen referencia a la importancia de evolucionar en el ámbito de los emprendimientos.

Para alcanzar objetivos se necesita elaborar un plan de acción en el cual se especifiquen las acciones y actividades que deben llevarse a

cabo. Las acciones bien planificadas reciben el nombre de estrategias y tácticas y suelen diferenciarse en razón de su ámbito y de su marco temporal, que permiten asignar los recursos necesarios que formaran parte de los activos financieros, físicos y humanos que formarán parte de la empresa, ya que cada actividad a llevarse a cabo necesitara de un medio o un recurso. (Aguilar, 2015, p. 13)

Para ejecutar las acciones anteriormente planteadas, se realiza la delegación de tareas a cada uno de los miembros de la organización, con la acción impulsada por los objetivos y con la obtención de datos para la retroalimentación de ser necesaria. Para ello también será importante se controle cada una de las actividades que se están realizando dentro de la empresa para medir el progreso para el cumplimiento de los objetivos, o de ser necesario tomar medidas necesarias y pertinentes para prevenir errores que ponga en riesgo el progreso de lo planificado, ya que desde el primer momento de la intervención resulta estratégico preocuparse por generar capacidades e involucrar directamente a los participantes en el proyecto, ya sea en la gestión o en el manejo de cada uno de los componentes, mediante el empoderamiento de los actores y la apropiación de conocimientos e instrumentos que permitan desarrollar las actividades del proyecto de manera permanente. Para una buena planificación turística se contemplan las siguientes fases:

- Política turística y estructura del comité: esta etapa consiste en conformar un comité con los que estarán inmersos en las actividades turísticas, quienes serán los principales gestores, quienes se encargara de las políticas que formaran parte del desarrollo turístico local.
- Auditoria de los recursos turísticos: este consiste en analizar y evaluar los recursos turísticos existentes que formaran parte de los nuevos productos que se realicen, además de analizar la oferta turística, que permitirá brindar las facilidades necesarias y que permita a consumidor quedarse por más tiempo en un lugar establecido.

- **Análisis del mercado turístico:** en esta fase se busca identificar y seleccionar el mercado objetivo al cual estarán dirigidos los productos que se elaboren, ya sea por segmento, es decir productos turísticos que se vendan a determinados grupo de visitantes, como jubilados, negocios, aventura, entre otros.
- **Análisis de las oportunidades y contrastes del destino:** este aspecto permite identificar las principales oportunidades de un territorio, las mismas que facilitaran la estructuración de los productos con mayores probabilidades de impacto positivo en el mercado objetivo. Por otra también deben analizarse las problemáticas existentes que muchas veces se convierten en una barrera que no permiten un desarrollo adecuado de una localidad.
- **Desarrollo de metas y objetivos:** en este punto se consideraran las metas y objetivos de la organización, así como el plan de acción que detallará cada una de las actividades y medios a utilizar para obtener buenos resultados de los objetivos planteados.
- **Pasos para la acción del desarrollo turístico:** asignación de tareas para la ejecución del plan de acción.
- **Plan de mercado turístico:** en este paso se elabora un plan de mercado estratégico y táctico, donde también se definen las estrategias o medios de comunicación.
- **Procedimientos de monitoreo y revisión:** se deben aplicar técnicas tanto cualitativas como cuantitativas que permita obtener la información necesaria sobre el proceso de las actividades que se está realizando, y de esta manera poder minimizar defectos que pueden resultar perjudiciales en el desarrollo turístico local.

2.1.5. POTENCIALIDAD TURÍSTICA RURAL

La potencialidad se refiere a aquello que dispone fortaleza, y además cuenta con algo que lo diferencia, en base a un valor agregado que existe en un espacio o territorio, que además permite la modificación y

adaptación a los cambios para satisfacer las necesidades actuales para desarrollar ideas innovadoras que permiten tener ventaja ante la competencia. (Ramírez, 2014, P. 5)

Actualmente existe multitud de metodologías que permiten evaluar el potencial turístico de un territorio determinado; cada una de ellas con las aportaciones que le son inherentes y que se centran en diferentes aspectos vinculados al sistema turístico. En líneas generales tratan de vincular los principales elementos y factores que actúan como atractivos para el turismo como el potencial que puede existir para el correcto desarrollo de la actividad. (Gallego, 2013, p.103)

Para evaluar el potencial turístico de un territorio de debe partir de elementos muy específicos mediante un análisis geográfico como la extensión, el clima y el estudio del paisaje, entre otros que hacen posibles conocer los datos generales y relevantes para iniciar con el análisis de la potencialidad turística rural, para ello se debe realizar un inventario de los recursos tanto naturales como culturales que existen, lo que permitirá identificar las características físicas de cada uno de ellos, y conocer los recursos que poseen mayor potencial y los que necesitan más intervención, para que formen parte de la potencialidad local. Todo esto se lo puede realizar mediante métodos analíticos que centra su estudio en aspectos relacionados con la oferta en un sentido más amplio, y que busca identificar la vegetación, el agua, accesibilidad, infraestructura y servicios básicos. Así mismo se debe considerar que el nivel de atracción turística de cualquier espacio es variable debido a la presencia de diferentes atractivos, ya que algunos se encuentran en su estado natural y otros ya han tenido la intervención humana según los requerimientos de la demanda.

Posteriormente se deben analizar las variables externas que se centran específicamente en aspectos que complementan el atractivo, tales como:

la oferta de los recursos, así como la accesibilidad, el tipo de demanda potencial que pueden estar interesadas en visitar estos atractivos ya sean como agroturismo o turismo de aventura. (Rivero, 2013 p, 120)

Con toda la información recopilada se puede observar mediante una superposición la relevancia que tienen los recursos en la distribución de la oferta, ya sean por tipo de recurso, tipo de alojamiento, y tipos de centros recreacionales. Así mismo mediante la realización de las consultas oportunas se pueden obtener nuevas bases de datos que ayuden a realizar las actividades correctas que permitan mejorar la oferta existente. Partiendo de cada uno de estos aspectos como base, se procede a identificar los lugares que poseen mayor potencial para el desarrollo de la actividad turística más allá de los periodos de mayor afluencia, teniendo en cuenta la importancia que adquieren algunos recursos naturales en ciertas épocas del año, de este modo se podría incrementar en épocas claves el volumen de turistas y pernoctaciones, logrando con ello aumentar los escasos porcentajes de ocupación que se detectan.

La evaluación del potencial turístico aparece vinculada a técnicas muy diferentes que van desde evaluación multicriterio, sistemas de información geográfica, análisis estadísticos multivariados, modelos de respuestas múltiples, etc. Por ello a continuación se presenta dos metodologías en el cuadro 02.02 para medir el potencial de un territorio.

CUADRO 2: 02.02. METODOLOGÍAS PARA EVALUAR EL POTENCIAL TURÍSTICO

Gutiérrez y Pérez 2014		Cáceres 2013	
Metodología	Características	Metodología	Características
Analítica	Analiza la oferta en su sentido más amplio y que toman como principales variables el relieve, la vegetación el agua, la	Generación de riqueza	Mide la participación sectorial en el Valor Agregado Bruto (VAB) del territorio.

	accesibilidad, infraestructuras y servicios, básicamente		
Los que tienen un carácter económico y preferencial	Analiza la demanda y el contexto, que toman como variables más representativas los costes y el volumen de turistas, así como la singularidad, la estacionalidad, la accesibilidad, etc.	Generación de empleo directo	Busca un proceso de desarrollo, más allá de la propia calidad del empleo
		Percepción de la importancia sectorial en la economía local	Actúa como factor de estímulo o atractivo para las acciones locales
El paisaje, en su concepción más amplia	Mide el potencial de atracción turística. Pese a ello, en su propia configuración considerando los equipamientos, las infraestructuras y las propias preferencias que manifiesta el turista, ya que éstos afectan al desarrollo de la actividad, favoreciéndola o perjudicándola.	Superación de pobreza	Evalúa la contribución del sector a superar los actuales niveles de pobreza, como otro factor clave para el desarrollo social del territorio
		Nivel de equidad	Genera o generaría una expansión del sector o actividad analizada, como condición relevante para promover un proceso de desarrollo
		Competitividad	Engloba la capacidad del sector en términos de crecimiento o permanencia en el futuro en base a sus niveles de eficiencia productiva y calidad (muy vinculado a pasar la "prueba del mercado" y permanecer en el mismo)
		Sostenibilidad	Con una visión más integral y complementaria a la anterior, que incluye lo social y lo ambiental.

Fuente: Gutiérrez, Pérez y Cáceres 2014

En base a las metodologías analizadas anteriormente conviene considerar que el nivel de atracción turística de cualquier espacio puede variar debido a la presencia de diferentes atractivos que pueden ser evolutivos en base a las preferencias que manifiesta la demanda. Por lo tanto puede utilizarse una combinación de ambas metodologías para evaluar el potencial de la zona centro de la provincia de Manabí, ya que se busca evaluar el potencial existente en el contexto de turismo rural donde se encuentra recursos tanto naturales como culturales, que pueden elevar el potencial turístico, la demanda, la oferta los atractivos y el territorio factor indispensable en el desarrollo turístico rural.

2.1.6. OFERTA Y DEMANDA

La oferta constituye los servicios que complementan un producto turístico como: la alimentación, alojamiento, esparcimiento y otros, cuya función es facilitar y extender la estadía del visitante. Ricaurte 2015. Pág. 8

Actuar sobre la oferta es indispensable para lograr una estructura organizativa que pueda gestionar de manera eficiente el producto turístico. Son dos los componentes centrales para desarrollar la oferta: La organización comunitaria que estará a cargo de la gestión del proceso y el desarrollo del producto que debe ser atractivo en términos turísticos. (CODESPA, 2011, p.45)

Contar con una adecuada estructura organizativa contribuirá a la mejor estructuración de los productos que permitan iniciar la implementación y adecuación de la oferta existente y los nuevos emprendimientos que surgirán, especialmente en las comunidades identificadas, ya que es evidente la necesidad de reforzar las capacidades especialmente en el recurso humano que permitan alcanzar un mejor nivel en el mercado, y aprovechamiento de los recursos tanto naturales como culturales que se encuentran dentro de la región, lo cual también va de la mano de la conservación y protección de los mismos, dada la baja conciencia cultural y ambiental que existe, por ello es importante

realizar actividades de sensibilización para prevenir el deterioro de los recursos que forman parte de la potencialidad local. Por lo tanto, resulta factible que se trabaje en la diversificación y especialización de los productos para mejorar la atención al cliente y el buen manejo de los emprendimientos.

También es necesario analizar los elementos claves de la oferta que están compuestos por:

- Recursos turísticos
- Plata turística
- Servicios de apoyo e
- Infraestructura

Los recursos turísticos pueden ser naturales o culturales, así como la planta turística que comprende sitios de alojamientos, restauración transporte y actividades de ocio y recreación, los mismos que tienen sus servicios de apoyo que son indispensables cuando un servicio o actividad acordada en un itinerario no esa disponibles por razones imprevistas. Otro elemento importante es la infraestructura de un lugar, ya que permite las facilidades como, vías de acceso, servicios básicos y centros de salud, que hacen posibles realizar las actividades turísticas con mayor facilidad y satisfacción para el consumidor.

La demanda comprende al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes o servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades con diferentes características sociodemográfica motivaciones y experiencias que los animan a viajar a otros lugares con la finalidad de obtener nuevas experiencias. (Morere, 2013, p.10)

Actuar sobre la demanda turística, implica lograr que el público consumidor, la comunidad local y los aliados estratégicos conozcan la oferta de turismo comunitario existente, que a partir de ello, establezcan relaciones de negocios con los emprendedores y determinen un incremento de las visitas, lo cual contempla dos componentes centrales para actuar sobre la demanda: la

comercialización del producto turístico, y la generación de alianzas estratégicas con el sector público y el sector privado, por ello se deben coordinar las actividades a realizarse y desarrollar estructuras comunitarias que faciliten la colocación de los productos y servicios turísticos ofrecidos en segmentos definidos de mercado.

Mediante un estudio detallado de la demanda se mejorará la calidad en el servicio prestado. Lo cual traerá el incremento de turistas y generación de ingresos económicos y el desarrollo local. Patiño (2014). pág., 23

Se define como demanda al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar. (Socatelli 2013)

El estudio de la demanda representa el papel fundamental en un destino turístico, donde el busca vivir nuevas experiencias durante sus vacaciones, siendo necesario crear un oferta basada en una buenas estructuración, ya que el consumidor actual busca satisfacer sus necesidades de ocio de una manera específica segmentada y personalizada, y es aquí donde ingresan los emprendedores con su capacidad de innovación y compromiso hacia la búsqueda de cumplir con las expectativas, haciendo que la oferta se fortalezca, y se vuelva más atractiva para quienes visitan la zona centro de Manabí, teniendo presente el alto grado de exigencias, dado que el consumidor actual está más informado y puede comparar con facilidad un producto con otro, lo que implica un trabajo continuo de todos los actores tanto públicos como privados y comunidad local que busquen un desarrollo equitativo a través del turismo rural.

También se debe analizar la tipología de la demanda ya que existen varias clasificaciones, ya sean lo que estén comprando actualmente un producto o servicio, así como la demanda que constituye un grupo de personas con deseos de viajar, pero por varias razones no han realizado, dicho viaje, finalmente

también existen un grupo de personas que definitivamente no desea viajar porque considera que es un gusto demasiado caro. Cabe recalcar que todos estos aspectos son claves para desarrollar los nuevos productos turísticos, asimismo es indispensable conocer el aspecto económico, tanto de los consumidores como de la competencia y la cantidad que están dispuestos a gastar por un producto o servicio, para posteriormente conocer cuáles son los gustos o preferencia de la demanda como: sol y playa o más bien se enfocan a actividades de turismo rural.

Cada uno de los elementos antes expuestos resulta indispensable para la elaboración de los nuevos productos turísticos, que se elaboren en las áreas rurales de la zona centro de Manabí, ya que cada una de estas características permitirá al emprendedor conocer sus metas, y cuál sería su mercado objetivo al cual desea vender sus productos o servicios, lo que facilitara la toma de decisiones y acciones que serán necesarias para llevar a cabo cualquier actividad en base al desarrollo local.

2.1.7. DESARROLLO TURÍSTICO RURAL

Se entiende por desarrollo rural al cambio significativo mediante objetivos que constituyan beneficios en el ámbito rural, es decir se puede evidenciar la mejora en la reactivación de la economía local, mediante la conservación del medio físico en el que se desarrollan las actividades turísticas. (Ríos 2014, p.6)

El desarrollo rural se ha visto en un “proceso de transformación, promoción social, económica y cultural” o como “la mejora de los procesos de comunicación para lograr una mayor inteligencia social. A nivel general el desarrollo local pretende situar como punto central al ser humano y a los intereses colectivos, potenciando en su esfera diaria las capacidades de los individuos. Es un enfoque y una práctica que

persigue impulsar el desarrollo endógeno, la auto-organización y el bienestar social, para lo que requiere tanto de la participación colectiva como de la intervención individual. (Juárez, 2013, p.43)

El desarrollo turístico rural va de la mano con la intervención de la comunidad local, lo que implica una investigación constante sobre la actividad turística, para identificar los recursos que posee un territorio para cuidar y proteger este potencial a través del cual se pueden crear nuevos emprendimientos que motiven al turista a visitar estos lugares y así mejorar los ingresos económicos de una forma equitativa sin afectar el medio ambiente en el que se desarrollan las actividades, y a su vez que obtener un desarrollo turístico rural sustentable en la actualidad sin afectar las generaciones futuras.

Los temas relacionados con el turismo y la sostenibilidad se han convertido en un objeto importante de estudio. Tanto se ha ampliado el concepto que resulta indispensable conocer las formas de sostenibilidad, como las características que tiene el ejercicio de la actividad y sobre todo que la hace diferente al turismo convencional. (Sánchez y Vargas, 2015, p. 9)

Por lo tanto, el desarrollo turístico rural va encaminado principalmente al cuidado y mantenimiento de los recursos naturales, lo cual va de la mano de una excelente planificación local para lograr una participación distintiva en el mercado contemporáneo, dado que en la actualidad este nuevo sistema del desarrollo de los espacios turísticos rurales se está convirtiendo en un ente muy significativo e importante para el visitante que desea salir de lo cotidiano. Para generar un crecimiento y desarrollo adecuado en este ámbito es necesario gestionar proyectos tanto a largo como a mediano plazo promoviendo una oferta diferenciada que motive al visitante a desear pasar más de un día en uno o varios lugares determinados, lo cual atraería a un mercado turístico que este enfocado en el ámbito natural, sin dejar a un lado la autenticidad y la búsqueda

de experiencias inolvidables en áreas naturales limpias y que se promueva la conservación de las mismas.

En base a los requerimientos actuales del turista la búsqueda de un desarrollo rural sostenible la oferta debe centrarse en la creación de alojamientos con materiales del medio ya sea con una infraestructura rustica pero acogedora y una atención personalizada lo cual daría el valor agregado del servicio, por otra parte la alimentación debe basarse en la gastronomía local buscando la sencillez en la presentación de los platos si dejar a un lado la buena manipulación de los alimentos y una excelente capacitación del personal de contacto directo, todo esto acompañado de variedad en las actividades de recreación y esparcimiento aportarían al desarrollo rural no sin antes establecer directrices ambientales que aporten a minimizar los impactos ocasionados por las actividades a realizar, así como la compatibilidad tanto social y económica de los que intervienen en los proyectos.

Los intereses y los valores de los activos naturales surgen dentro de la norma, la cultura y la sociedad. Los la comprensión de esos activos como elementos del patrimonio común depende de su conocimiento, la intencionalidad para realizar acciones destinadas a su preservación y uso, y la percepción que las comunidades humanas tienen de ellos.
(Álvarez y Bello, 2017, p. 5)

Tomando en consideración lo expuesto por los autores se puede determinar que la zona centro de Manabí cuenta con variedad de activos intangibles tal como un territorio poseedor de una gran belleza paisajística la misma que aporta a una buena calidad de vida, siendo también poseedora de productos locales, así como de una identidad cultural única. Todos estos aspectos hacen que existan más posibilidades de fomentar la actividad turística rural y por ende se desarrollen dichos espacios, tomando en consideración a la población local así como sus percepciones y actitudes con respecto al impacto del desarrollo

del turismo de su comunidad desde el punto de vista económico socio-cultural y ambiental.

2.1.8 DESARROLLO RURAL Y EMPRENDIMIENTO

El desarrollo local busca aumentar las capacidades individuales y de la comunidad a partir de lo que el territorio posee” Tiene que ver con partir de las cualidades endógenas del lugar e intentar fomentar y potenciar sus aspectos positivos, superando las dificultades y limitaciones que pueda haber en dicho territorio. (Madrigal, 2014 p. 13)

De acuerdo a lo expuesto por la Universidad Regional Autónoma de los Andes (UNIANDES, 2016 pág. 11) el emprendimiento no es un concepto nuevo, pero ha cobrado especial significación en el contexto de la globalización, ante la necesidad de desarrollar estrategias de desarrollo que vinculen lo local con lo global, y por considerarlo como un factor importante para generar crecimiento económico y empleo.

El emprendimiento es un proceso que con el transcurso del tiempo ha venido causando un impacto positivo en la creación de empresas, fenómeno que coadyuva a la generación de empleos, mejorando su eficiencia en la productividad, hasta lograr un nivel de competitividad en mercados nacionales e internacionales. (Esparano, 2014, p. 3)

Por lo tanto, los emprendedores rurales solo crean emprendimientos en base a lo que les proporciona el sustento diario a sus familiares haciendo uso de la tierra para las actividades tales como: la agricultura, ganadería y avícola. Sin embargo indica que el sector turístico puede contribuir en la variedad de las actividades rurales, las cuales constituyen una alternativa para la inversión, si

se tiene en cuenta esta es una industria naciente que se debe posicionar a nivel nacional como internacional.

La actividad agropecuaria suele estar caracterizada por una alta variabilidad en las cantidades producidas o riesgo productivo. A diferencia de otras actividades, el productor agropecuario es incapaz de predecir con certeza cuál será el resultado a obtener debido entre otros a condicionantes externos como el clima, enfermedades, factores biológicos, etc. (Migues, 2014, p. 71)

Por tal razón la población local muchas veces pasa periodos grandes de estacionalidad y no buscan otras fuentes de ingresos económicos que les ayuden a variar sus medios de producción y su economía, lo que conlleva a una población inactiva en ciertas épocas del año, lo que aumenta el índice de pobreza y problemas sociales, porque las generaciones actuales no desean continuar con las costumbres y tradiciones de sus antepasados, lo que ocasiona una pérdida en la identidad cultural.

En este sentido los emprendedores rurales solo están aprovechando una parte de su área rural de lo que la naturaleza les provee solo en el ámbito agropecuario, ya que no poseen una visión de desarrollo más allá de lo que pueden producir, lo que hace que exista estacionalidad en el crecimiento económico debido a que las producciones agropecuarias no son rentables constantemente, y los productos que producen muchas veces son de un ciclo largo y mientras tanto los habitantes no pueden ver el capital invertido lo que genera un impacto desfavorable en el ámbito social y económico, dada la variación de los recursos que se puede encontrar en los espacios rurales, éstos pueden unificarse en una idea de emprendimiento con la finalidad de variar la oferta en el mercado, que permita al turista disfrutar de varias actividades durante su visita,

El termino emprendedor se lo utiliza básicamente para referirse a un empleador o a una persona de negocios que opera bajo condiciones donde los gastos son conocidos y ciertos y los ingresos desconocidos e inciertos, por cuanto existe un alto grado de incertidumbre en la demanda, así mismo el desarrollo rural comprende una serie de actividades alejadas del ámbito rural. (Lupiáñez, 2014, p. 9)

Además, el turismo rural es una actividad turística que se desarrolla en áreas rurales con familias, asociaciones de desarrollo comunal, grupos étnicos o indígenas y otras organizaciones de tipo colectivo que manejan la actividad turística planificando, gestionando y cuidando los recursos naturales, culturales e históricos que sirven de atractivo en sus territorios. Los ingresos que se generan de la venta de productos y servicios se distribuyen entre la misma comunidad, conformando una modalidad de turismo más equitativa social y económica de la localidad. (López, 2013, p. 27)

Teniendo presente las características del turismo rural comunitario, este se lo relaciona como una receta para comunidades marginadas, habitantes de sitios ricos en recursos naturales y culturales que merecen ser conocidos por visitantes nacionales y extranjeros, sin tener en cuenta los elementos constitutivos de este tipo de turismo, que requiere del compromiso de todos los actores institucionales, económicos, ambientales y sociales. (Guzmán, 2017, p. 33)

Por lo tanto se pueden aplicar estrategias que conserven y mantengan las condiciones naturales, culturales y sociales autóctonas, como contribución al

beneficio de la comunidad receptora y de los visitantes, lo cual constituye un factor esencial para el impulso de las economías nacionales y regionales, cuando se gestiona de manera adecuada, es por ello que la práctica del turismo rural está enfocada hacia la realización de toda actividad turística en los espacios alejados del área urbana con la finalidad de ocio o esparcimiento, a través del contacto directo con la naturaleza, teniendo como actividades la observación de flora y fauna en los diferentes escenarios denominados recursos turísticos naturales.

En tal caso los emprendedores pueden unificar las actividades agropecuarias con el turismo mediante el uso óptimo de los recursos naturales existentes, dando un giro favorable mediante cambios significativos tales como: la práctica del ecoturismo, turismo comunitario, y el turismo alternativo a través de un turismo vivencial donde el turista tenga la oportunidad de conocer la realización de las actividades fuera del área rural en un ambiente de ocio y esparcimiento y el disfrute de la naturaleza, lo cual contribuirá al desarrollo local.

Siendo así la actividad emprendedora un medio para el desarrollo: por su contribución a la actividad económica, y a la capacidad de innovar y evolución de los espacios. En el caso de los países en vías de desarrollo, el turismo rural tiene una vital importancia no solo por la necesidad de reestructurar el sector agrícola, máximo generador de empleo y fuente de divisas, sino para lograr la erradicación de la pobreza y el desarrollo sostenible.

Las comunidades en red se incluyen en el conjunto de prácticas de intervención social donde se favorece el intercambio de experiencias, opiniones, información de trabajo, servicios turísticos diferenciados y formas de preservar la cultura, las especificidades locales y el medio ambiente. Así, más que divulgar sus experiencias, estas redes favorecen las luchas por políticas públicas volcadas a un turismo más justo y ético que transforme la realidad local. (Flores, Borborema y Christoffoli, 2016, p. 8)

Siendo necesario que los involucrados reciban los beneficios equitativos en todas las actividades turísticas que se implementen dentro de sus comunidades, ya que serán ellos los que presten el servicio turístico, ya sea en un restaurante o alojamiento, lo cual permitirá la estancia del turista, en un ambiente de integración social, así todos y cada uno de los participantes podrán acceder a capacitaciones que les permitan aportar con ideas más claras en base a los objetivos de desarrollo que se desea alcanzar mediante la ejecución de proyectos turísticos, siendo posible generar impactos favorables en la cultura local dando a conocer tanto a nivel regional como nacional, las costumbres y tradiciones que existen en la zona centro de la provincia de Manabí

2.1.9 IMPORTANCIA DEL EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento es el efecto de emprender o llevar a cabo una idea de negocio, que surge de una necesidad o falta de empleo, lo que conlleva a tomar iniciativas individuales o colectivas en el ámbito empresarial. Oller (2016)

El emprendimiento es de vital importancia en el desarrollo local, siendo así también una forma de vida determinada, una cultura establecida, una realidad social y económica específica y un medio ambiente definido (con ciertos recursos naturales y ciertas potencialidades productivas). Por lo tanto la actividad emprendedora nace de la necesidad de obtener cambios radicales y discontinuos con la finalidad de ir más allá de las actividades que se dan en las zonas rurales tales como la agricultura y ganadería, lo cual muchas veces representa una estacionalidad para los habitantes en cuanto a los ingresos económicos. Es ahí cuando nacen ideas novedosas que aportan un giro positivo a su alrededor lo cual favorece a los involucrados al momento de alcanzar las metas que han sido propuestas, por lo tanto, el emprendimiento juega el papel principal en el desarrollo de los pueblos.

La economía social es un conjunto de agentes que se organizan en forma de asociaciones, fundaciones y cooperativas, en las que prima el interés general por sobre el particular y en las que la toma de

decisiones se realiza de modo democrático y participativa. En la economía social prevalece el trabajo por sobre el capital. Economía social es la parte de la economía que no pertenece al sector público ni al ámbito de la economía capitalista (Zona Económica, 2013, p.9)

Es así que los emprendimientos traen consigo una serie de impactos, uno de estos es el social ya que los entes gestores primeramente se forman dentro de las comunidades, mediante un acuerdo o una asociación que les permita desarrollar sus ideas de emprender lo que conlleva a una comunicación constante entre ellos, y esto aporta un cambio significativo en la toma de las decisiones para desarrollar un recurso o destino determinado, fortaleciendo el consumo interno y externo de los productos o servicios rurales.

Los recursos naturales y culturales son elementos significativos a considerar al desarrollar emprendimientos que se puedan integrar a un producto turístico rural sustentable. Su consideración incide fuertemente en la motivación y la construcción de una imagen como ventaja competitiva. (Figueroa, Arroyo y Moreno 2015, p.9)

Además, esta forma de turismo puede generar una mayor concienciación de la comunidad local, fomentando aspectos como la conservación y respeto hacia la naturaleza mediante la conservación y protección de los recursos naturales y culturales, tal como menciona (Orgaz, 2013, pág. 37)

No obstante, los emprendimientos demuestran un cambio favorable para la economía tanto local como nacional ya que incrementa plazas de trabajo y por ende los ingresos económicos de los habitantes y así no existe la necesidad de acudir a otros países con la finalidad de progresar teniendo los recursos necesarios a través de los cuales se puede aportar a la producción agrícola vinculada al turismo como dinamizador de la oferta.

Especialmente en zonas desfavorecidas ya que puede ayudar a generar recursos económicos que provean más opciones de ingresos económicos en las poblaciones locales, contribuyendo así al desarrollo socioeconómico de la población y del destino, dada la fragilidad y protección que ameritan dichos recursos, la participación de los diversos actores en el desarrollo del turismo rural es de suma importancia, pues la coordinación, empatía y disposición que exista entre ellos puede contribuir a desarrollar el turismo de forma integrada.

.2.10. TIPOS DE EMPRENDIMIENTOS

Es por ello es importante conocer los tipos de emprendimientos que existen, y poder analizar cada una de sus características e ir direccionando nuevos productos en base a la disponibilidad de la oferta y necesidades del mercado, ya que debemos tener presente que no todos los emprendimientos buscan un mismo objetivo.

A continuación, se detallan algunos tipos de emprendimientos según (Mote, 2017, p. 18)

- **Emprendimientos pequeños.** Es todo aquel emprendimiento en que el propietario dirige su empresa y trabaja con poco personal, quienes usualmente son parte de la familia. La mayoría de estos emprendimientos son apenas rentables, además se los considera exitosos cuando cumplen con el objetivo principal que es sostener a la familia y por lo general los beneficios que éstos ofrecen son mínimos.
- **Emprendimientos escalables:** Estos emprendimientos son pequeñas empresas en sus inicios, pero están concebidos como proyectos a largo plazo que pueden alcanzar un gran crecimiento, ya sean estos un proyecto que se está renovando constantemente, o se enfoca en buscar la total satisfacción del cliente. Dichos proyectos se basan en la creación de modelos de negocio que puedan ser escalables ya que una vez que

encuentren el modelo apropiado, el capital de riesgo se hace necesario para su rápida expansión.

- **Emprendimientos grandes:** Se refiere a grandes empresas con que conllevan un ciclo de vida finito. Este tipo de emprendimiento debe mantener una constante innovación tanto en sus productos como servicios para poder crecer en el mercado al cual se dirige. Por esta razón deben estar en constante investigación y comprensión de los cambios que surgen tanto a nivel nacional como internacional, ya que en la actualidad es más frecuente enfrentarse a los gustos cambiantes de los clientes, las nuevas tecnologías y la innovación de la competencia deben ser criterios a tomar en cuenta para que un emprendimiento grande pueda cumplir con sus objetivos a cabalidad y sus utilidades continúen creciendo con el paso del tiempo.
- **Emprendimientos sociales:** Estos emprendimientos no están dirigidos a capturar una cuota determinada del mercado, sino más bien contribuir con el desarrollo social de un espacio determinado. Normalmente suelen ser empresas que han sido creadas sin finalidad de lucro y tienen como principal objetivo, buscar mecanismos que aporten a la innovación en el campo educativo, los derechos humanos, la salud y el medio ambiente, buscando involucrar a la juventud en este cambio positivo a la sociedad en la cual se desenvuelven diariamente, sita una forma de brindar un aporte significativo a las generaciones futuras quienes formaran parte de las nuevas innovaciones.

Tipos de emprendimientos según la innovación: Son aquellos emprendimientos que en base a un proceso de investigación y desarrollo conducen a la creación de un producto o servicio novedoso en el mercado. Estos aspectos lo hacen ingresar al mercado con altas ventajas competitivas porque garantiza un impacto basado en las necesidades del público objetivo por el cual se ha desarrollado esta idea innovadora. Usualmente este tipo de emprendimiento suele estar relacionado con la ciencia y la tecnología, por lo tanto este tipo de empresas requieren de un alto financiamiento para poder llevar a cabo el

proceso de investigación de los proyectos antes de ser ejecutados y la posterior creación de los bienes necesarios que poseerá la empresa.

- **Emprendiendo oportunista:** Se refiere a los emprendimientos que surgen en un contexto donde se ha identificado una necesidad urgente o una necesidad clara de negocio. Este tipo de emprendimiento requiere de una alta sensibilidad e interés hacia la investigación para lograr detectar, explorar y crear un proyecto en este espacio que aún no ha sido cubierto en el mercado.
- **Emprendimiento incubador:** Se refiere a todos aquellos emprendimientos que aún no están basados en las oportunidades emergentes, sino en todo un proceso de incubación previa. Por lo tanto, se enfocan en satisfacer aquellas necesidades del mercado que son permanentes y bien conocidas. Este tipo de emprendimiento tiene un proceso largo de investigación, crecimiento y desarrollo. Sin embargo, al estar basado en condiciones permanentes sus resultados pueden ser relativamente previsibles y por lo tanto sus resultados pueden ser más estables. Esto puede ser un método usado por las empresas grandes ya que están posicionadas en el mercado, los cuales lo utilizan para mantenerse vigentes.

Teniendo presente este enfoque, los empresarios destinan un aparte de su presupuesto a incubar los nuevos productos para ofrecerlos en un plazo determinado o cuando se encuentre la oportunidad de ingresar en el mercado, ya que se ha conocido la necesidad en el mercado objetivo al cual se dirigirá el producto que se ha vendido trabajando.

- **Emprendimiento de imitación:** Este tipo de emprendimiento consiste en la imitación de un producto o servicio que ya tiene éxito en el mercado. Puede darse a través de la creación de un producto nuevo o a través de una franquicia. En el caso de los productos nuevos lo que se busca es imitar aquellos aspectos de un producto que ya ha demostrado tener éxito. Sin embargo, en todos los casos se debe incluir un valor agregado que ofrecer a los usuarios. En el caso de la franquicia, el emprendimiento

se enfoca en un modelo de negocio ya creado, en algunos casos la única innovación consiste en ajustar detalles de comercialización según la región donde estará ubicada la empresa.

- **Emprendimiento privado:** Se refiere a aquellas empresas que se desarrollan a través del capital privado del emprendedor, dentro de este emprendimiento la inversión inicial proviene puede provenir de los mismos emprendedores, lo cual también conlleva una serie de pasos a seguir antes durante y después de llevar a ejecutar la idea de negocio. Por otra parte, en ciertos países también es posible encontrar casos donde el sector público brinda subvenciones económicas para la creación de empresas privadas, al momento de llevar a cabo estas ideas es necesario de buscar a personas que le puedan asesorar si se trata de alguien que tiene la idea, pero no sabe cómo llevarla a cabo lo que normalmente suele suceder y por ello hay muchas ideas que no se han desarrollado como proyectos.
- **Emprendimiento público:** Se refiere a aquellos emprendimientos que desarrolla el sector público a través de sus diferentes agencias de desarrollo. En todos los países es posible encontrar este tipo de iniciativas públicas, enfocados en cubrir las deficiencias en la oferta de los empresarios privados.
- **Emprendimiento individual:** Este tipo de emprendimiento es el que desarrolla una sola persona o una familia, siendo más frecuente en el caso de empresas pequeñas, y es poco usual que incluya procesos de investigación y desarrollo, es decir este estos emprendimientos normalmente se los empieza de manera empírica ya que el simple hecho de tener el dinero para la inversión hace que se lleven a cabo, sin embargo en lagunas ocasiones éstos empiezan a subir en rentabilidad, razones por la cual muchas veces han logrado expandirse tanto a nivel nacional como internacional, ya que han logrado satisfacer a los usuarios en cuanto a sus productos o servicios

Una vez detallada los tipos de emprendimientos existentes se puede identificar que en la zona centro de la provincia de Manabí existen variedad de

emprendimientos los cuales van desde: emprendimientos pequeños que normalmente están conformados por un propietario y que sus colaboradores forman parte de la misma familia, y además ofrecen una rentabilidad muy baja en algunas ocasiones, pero también existen emprendimientos que han escalado, es decir que han empezado con pocos recursos pero que han surgido en base a la acogida por parte de la demanda. También es importante señalar que los emprendimientos que se realicen en base a las necesidades del mercado, pueden ser emprendimientos escalables que pueden iniciar con algo pequeño pero en base a la planificación y estructuración de los objetivos pueden alcanzar un surgimiento significativo en base al alto potencial que posee la zona rural.

Asimismo pueden surgir en base a la imitación, sin dejar a un lado la diferenciación y el rescate de la cultura local, lo que conlleva una investigación mucho más profunda de las últimas tendencias del mercado y los diferentes gustos de la demanda, y finalmente se pueden crear emprendimientos individuales o colectivos dada la capacidad de ideas novedosas que existen en el área de estudio, y que además poseen aspecto financiero, sin embargo por desconocimiento estas ideas no han sido desarrolladas, lo que puede cambiar a través de capacitaciones, adecuada planificación y gestión de los recursos y materiales que serán necesarios para complementar y poner en marcha la idea de negocio, lo que contribuiría a fortalecer la oferta turística actual.

2.11. ELEMENTOS DEL SISTEMA EMPRENDEDOR

El proceso para iniciar un emprendimiento desde el nacimiento de una nueva idea de negocio original, innovadora o una oportunidad también aparecen etapas de análisis y elaboración de un plan de negocios; y luego etapas en las que hay que conseguir recursos antes de la puesta en marcha del emprendimiento como tal. El proceso emprendedor será diferente para cada caso, situación y contexto. Es por ello que es muy importante identificar los diferentes elementos de este proceso los cuales se detallan a continuación:

Primeramente se debe obtener las habilidades necesarias y conocimientos del tipo de emprendedor al que nos estamos dirigiendo, y tener clara la idea de negocio que se desea desarrollar, para posteriormente darle forma mediante los pasos concretos para implementar dicha idea, y así poder generar los recursos necesarios para implementarla, ponerla en marcha, vender y crecer, teniendo siempre presente las necesidades del mercado objetivo para luego lograr un posicionamiento efectivo. (Echeverría 2014, p. 83)

Sin embargo, también existe el elemento más importante es el humano, ya que es el activo más importante del emprendimiento, siendo el punto de apoyo que llevara adelante la idea de negocio, porque no es suficiente tener el capital necesario si no se es un emprendedor organizado y enfocado para saber administrar los recursos. Está claro que el emprendedor es quien sostiene la estructura y buscar un equilibrio entre el capital, las ideas y el elemento humano, es por ello que este elemento indispensable si desea tener éxito debe ser productivo y que sus acciones, deben tener un sistema de organización y hábitos cotidianos en los que se mantenga enfocado constantemente. Otra idea clara que debe tomar en cuenta el emprendedor es analizar las ventajas competitivas, lo cual ayudara a generar ideas adecuadas con mucho potencial de crecimiento.

Así mismo debe buscarse un problema real que se encuentre alrededor y que se solucione a través la nueva idea de negocio, lo cual traerá mayores probabilidades de éxito. Para ello se deben considerar los siguientes elementos que contribuirán a la mejora en el sistema emprendedor.

- Definir una idea de negocio
- Especificar una visión
- Poner en marcha dicha idea
- Definir el modelo de negocio sostenible

- Establecer metas y supuestos

Antes de empezar un emprendimiento es necesario que se realice un estudio detallado del medio sobre las debilidades, alternativas y las mejoras que el proyecto pueda ofrecer al mercado turístico, para posteriormente definir la idea del negocio que se desea emprender, teniendo claras las necesidades de los consumidores, y así poder establecer la misión del negocio, es decir detallar los motivos de la existencia de la empresa u organización y como realiza las actividades para cubrir la necesidad actual, y a su vez el emprendedor debe crear un mecanismo de ventas que garantice rentabilidad económica, para que su negocio prospere y pueda ser fuente generadora de empleo para la comunidad local. También se deben establecer las metas y supuestos que permitirán mantener un equilibrio entre el tamaño del mercado y la oferta, cada uno de estos factores son indispensables e importantes al momento de realizar las gestiones pertinentes para el desarrollo equitativo de la zona centro de la provincia de Manabí.

2.12. EMPRENDIMIENTO Y GESTIÓN TURÍSTICA

La gestión turística comprende el conjunto de acciones e iniciativas que los involucrados en el ámbito turístico realizan a favor de mejorar las condiciones actuales. Situación que incluye los cambios y procedimientos que aportan al desarrollo local (Negrao, 2014).

Son muchos los retos de futuro para la gestión turística centrado en la conservación y valorización del patrimonio natural y cultural. La clave está en garantizar la sostenibilidad y la viabilidad del proyecto mediante un empoderamiento de las comunidades locales, la conservación de su identidad para promover el fortalecimiento de las capacidades locales. (Tresseras, 2015, p. 22)

Actualmente la tradicional planificación turística ha atendido de manera casi exclusiva a estimular el interés de los mercados, otorgando el mayor énfasis a

los beneficios económicos. Sin embargo, cada día es más aceptado que los problemas del desarrollo del turismo por lo tanto debieran tratarse como parte de un proceso de planificación coherente y omnicomprendivo.

Es imprescindible integrar el turismo en la más amplia planificación local o regional del destino, siendo el turismo rural en la actualidad de gran importancia para el desarrollo local” (Reyes y Barrado 2015) pág. 15).

Es así que esta actividad ha llegado a convertirse en el principal sector de la economía de muchos países, es así que la gestión turística representa un tema de mucho valor en la actualidad debido a los cambios que se han venido dando en el mercado turístico, la cual permitirá a los gestores realizar un trabajo con más eficacia que satisfaga las necesidades de los clientes tanto externos como internos.

La gestión se entiende como el conjunto de actividades que se realizan para desarrollar un proceso o para lograr un producto determinado, es así que la gestión turística se define como: La gestión de los recursos turísticos (naturales, patrimoniales o históricos, étnicos gastronómicos, etc.) destinada a la afinidad, aceptación y fidelización de los turistas o visitantes. Regularmente los proyectos de gestión turística los llevan a cabo entidades dedicadas al desarrollo y mejoramiento de la actividad turística. (Negrete, 2014, p. 8)

Por ello es necesario hacer énfasis en que la gestión turística busca los lineamientos adecuados para la realización proyectos, con la finalidad de desarrollar capacidades y habilidades en un contexto de vinculación tanto de la comunidad, como a las autoridades que hacen posible una gestión eficiente, siendo así que De la misma manera mediante la gestión se pueden plantear posibles soluciones a cualquier dificultad que se presente antes durante o después de ejecutar cualquier actividad turística.

Para impulsar el desarrollo el turismo rural se debe considerar la efectiva gestión turística en el proceso de los emprendimientos, mediante el empoderamiento de la comunidad local respecto a su territorio e identidad cultural para mejorar el mantenimiento de los emprendimientos, en el marco de los nuevos emprendimientos y la mejora en la calidad de los servicios iniciando desde la organización, la distribución de las actividades, y la capacitación al personal de contacto, como el buen uso de los recursos naturales y culturales en coordinación con los actores tanto públicos como privados, por lo que ambos aspectos deben estar coordinados, a la vez que si se considera la vinculación de ambos componentes promoverá la llegada de turistas, y por ende el contacto con ideas y culturas diversas que aportaran al desarrollo turístico rural dela zona centro de la provincia de Manabí.

Cada uno de los pasos a seguir en la gestión turística deben realizarse con un personal capacitado, es decir un ente gestor que tenga en cuenta las necesidades de la comunidad local, para llevar a cabo proyectos turísticos a través de las organizaciones públicas y privadas, junto con otros actores, que buscan el alcance de los objetivos planteados a favor de cada uno de los involucrados.

Por lo tanto, es necesario conocer las principales características, para llevar a cabo una gestión turística de calidad tal como lo señala (Ourense 2013, pág. 4) en el siguiente cuadro 02.03

CUADRO 3: 02.03 CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN

Normalización:	Planificación:	Grupos de trabajo:
-----------------------	-----------------------	---------------------------

Fuente: Ourense 2013

Consecuentemente mediante la utilización de cada una de las características de la gestión anteriormente planteadas permitirá a los gestores turísticos que se encuentran en cada una de las zonas rurales realizar las actividades planeadas de una forma más clara y precisa de los objetivos que se desean alcanzar dentro de una organización determinada, siendo esto un aporte al

<p>Se deben documentar y simplificar todas las actividades habituales de la organización. Este principio incluye las estrategias fomentadas por la dirección con objeto de cambiar la cultura e involucrar y buscar el compromiso de toda la organización en la mejora. De la misma manera es necesario el uso de técnicas dirigidas a mejorar los índices de satisfacción y de productividad sistemas de Orientación al cliente, tanto externo como interno (normalmente, la persona que realiza la siguiente actividad en la cadena de valor). Ya que la satisfacción del cliente es de vital importancia, elemento fundamental para lograr un alto grado de compromiso por parte de la plantilla, y al equilibrio basado en la estrecha colaboración entre proveedores y clientes.</p>	<p>Se debe realizar un diagnóstico para reflejar las comprobaciones, auditorias, objetivos y, sobre todo, la prevención y control de fallos reiterativos.</p>	<p>La dirección debe fomentar las aportaciones y la creatividad de todos los empleados y apoyar iniciativas de mejora a través de programas de formación y adiestramiento y de la creación de un sistema de comunicación fluido y eficaz.</p>
---	---	---

desarrollo del turismo rural como ende económico sustentable tanto a nivel local como nacional.

Por otra parte, es necesario mencionar que no existe gestión sin iniciativas de emprendimientos los mismos que hacen posible llevar a cabo una estructuración adecuada de los objetivos a alcanzar. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros, siendo así el emprendimiento la idea o capacidad de crear o ampliar algo nuevo en un espacio determinado, el emprendimiento se viene dando a lo largo de las necesidades Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores. Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor.

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica” (Ospina, 2014, p. 9)

En base a cada una de las definiciones de gestión y emprendimiento se puede evidenciar la vinculación e importancia que existe en ambos, ya que es indispensable una buena planificación por parte de los emprendedores al momento de realizar un proyecto de turismo rural, lo cual solo es posible si se realizan las gestiones adecuadas tanto en el ámbito público como privado. De

la misma manera el emprendimiento es de vital importancia para el desarrollo turístico de las zonas rurales, ya que genera nuevas fuentes de trabajo y por ende ayuda a incrementar los ingresos económicos de las personas que ponen en marcha su idea de emprendimiento, así mismo se pueden dar a conocer la riqueza tanto natural, cultural y gastronómica que se encuentran en los espacios alejados del área urbana, los mismo que no han sido desarrollados.

Por lo tanto, los emprendimientos turísticos forman parte importante en la economía. Además de ser un sector de gran dinamismo y capacidad de desarrollo ya que esta aliado al proceso en el cambio de la matriz productiva, de manera que se ha convertido en uno de los ejes de desarrollo económico. (Dossier, 2016, p. 13)

Debido a este notable crecimiento en el ámbito de los emprendimientos en los últimos años, es importante la creación de nuevas fuentes de desarrollo turístico especialmente en el área rural donde la práctica del turismo como fuente de ingresos económicas es prácticamente nula, pues éste no sería posible sin la intervención de la población local ya que estos son los principales involucrados en las áreas rurales, siendo así llevar a cabo un emprendimiento turístico requiere de una planificación anticipada para así coordinar la intervención de cada uno de los actores que están inmersos en el ámbito rural, siendo así necesaria la implementación de procesos tanto organizacionales como funcionales con la finalidad de mejorar las capacidades tanto tecnológicas como, creativas y la visión que comparten cada uno de los prestadores de servicios y así mejorar la manera de gestionar al momento de realizar la toma de decisiones ya que de esta manera se podrá direccionar por buen camino el desarrollo de los emprendimientos.

2.13. MODELOS DE GESTIÓN TURÍSTICA

Debido a los cambios que surgen a raíz de la globalización, es necesario la toma de decisiones desde un punto de vista más técnico a la hora de llevar a cabo una idea de emprendimiento, para lo cual es necesario en conocimiento

sobre la gestión, y así maximizar una mejor estructuración en la planificación de un proyecto de emprendimiento, teniendo en cuenta que la planificación es una herramienta para gestionar o promover un recurso, por lo tanto las entidades pública y privada interesada como la comunidad receptora debe tener conocimiento de una gestión turística adecuada.

El desarrollo rural dentro de los nuevos entornos nacionales e internacionales, son cada vez más complejos, por ello es necesaria la aplicación de modelos de gestión que contribuyan al buen funcionamiento de las operaciones turísticas tanto internas como externas. (López 2016, pag.15)

Por lo tanto, hablar de modelos turísticos es finalmente, hablar de la práctica del turismo, una práctica que llama el interés tanto de los operadores o prestadores de servicios turísticos a aquellos que se sitúan del lado del producto o destino, como de los consumidores o turistas, aquellos que se sitúan del lado de la acción. (Fortis, Freire, Peralta y Lizán, 2017, p. 5)

Los modelos a seguir en el ámbito se los puede catalogar como una guía que permite a los prestadores de servicio planificar dirigir y coordinar los pasos a seguir en la prestación del servicio, en base al estudio de la competencia. Mediante la planificación en la zona centro de Manabí, para asegurar una correcta dinamización y uso de los recursos existentes en base a la sostenibilidad, mediante un trabajo en equipo con los emprendedores y los actores locales, lo que a su vez permitirá dirigir y coordinar las actividades que se deben realizar para llevar a cabo una adecuada gestión de los emprendimientos turísticos y mejora en la calidad de los servicios

El sector turismo que, es uno de los más dinámicos dentro de la economía, debe gestionar los procesos que realiza de manera particular, debido a la complejidad que encierra la relación: sociedad, cultura, economía, finanzas, entre. (Suárez 2014, pág. 19)

Es así como la gestión turística permite planificar las actividades que se realizarán en un determinado espacio o territorio, la misma que se desarrollará en base a las características de la empresa, tipo del servicio y siguiendo los estándares de calidad adecuados que permitan que el cliente se sienta satisfecho con el servicio, para esto es necesario desarrollar modelos de gestión que contribuyan al buen funcionamiento de la gestión turística dentro y fuera de la empresa. Modelos de gestión turística: según Benavides (2015) Y Pearce (2016) se consideran las siguientes tipologías de los modelos de gestión: los cuales se detallan en el siguiente cuadro. 02.04

Cuadro: 02.04 modelos para la gestión turística

AUTOR	MODELO	CARACTERÍSTICAS	AUTOR	MODELO	CARACTERÍSTICAS
Benavides (2015)	Modelo segregado	<ul style="list-style-type: none"> - Turismo de enclaves, asociado a turismo masivo. - Prefiere población local, mano de obra poco calificada, remuneración mínima, cargos de baja jerarquía. - Desarrollo en manos extranjeras o grandes empresas. - Experiencia turística no se vincula con el medio, ni con la población local. - Economía de escalas, turismo masivo, bajos costos. - Elección fácil de paquetes turísticos más baratos. 	Pearce (2016)	Modelos generales o sistemas.	Este es un modelo que busca la competitividad y la sostenibilidad de los destinos. Según este modelo la gestión de destinos está compuesta por un conjunto de actividades diversas: organización, marketing, calidad del servicio, investigación, desarrollo de los recursos humanos, financiación, manejo de visitantes y gestión de recursos y de crisis.
	Modelo integrado	<ul style="list-style-type: none"> - Pequeñas y medianas empresas. - Capital social. - Relaciones basadas en la confianza. - Reciprocidad y cooperación. - Experiencia turística con la población local y el medio ambiente. - La Comunidad planifica y gestiona la oferta turística. - La comunidad no aparece solo como asalariada sino como gestora de iniciativas turísticas. 		Modelos de proceso	Como cada proceso de gestión, la gestión de destinos involucra un proceso constante y continuo de la planificación, implementación, repaso y evaluación para asegurar que la visión sea óptima y que se realicen los objetivos.
	Modelo relativamente integrado.	<ul style="list-style-type: none"> - Incluye características de los modelos anteriores. - La empresa nacional y extranjera continúa desarrollándose. 		Modelos de funciones	Las funciones son aspectos claves de la gestión de destinos ya que son estas actividades las que permiten la realización de los objetivos identificados. Este modelo se basa en las funciones que se realizan en el desarrollo del marketing del destino turístico.
				Modelos organizacionales	Estos modelos se encuentran sobre todo en los informes de consultorías o documentos tales como planes y estrategias turísticos. Específicamente, abordan las variadas formas que pueden tomar los entramados institucionales o recomiendan una estructura organizacional para un destino en particular. En cuanto a la organización, se identifican dos tipologías básicas en función de cómo se define el organigrama: una organización funcional o clásica y una organización matricial o por proyectos/productos.

Fuente: Benavides (2015) Y Pearce (2016)

Para estructurar modelos de gestión de emprendimiento en el ámbito rural según el autor Benavides (2015) el modelo segregado no aportaría un cambio en las actividades rurales productivas vinculadas al turismo rural, ya que este modelo busca direccionarse hacia un turismo masivo sin medir las consecuencias que trae consigo el hecho de no medir la capacidad de carga que pueden conservar los recursos naturales existentes.

Por otra parte el modelo integrado es un excelente enfoque, ya que éste comprende el involucramiento participativo de la comunidad local, lo que contribuiría a una gestión turística más social con cada uno de los habitantes que tienen sus ideas de emprendimientos y a su vez aporta a una planificación más clara en la que pueden establecer los objetivos y metas que desean alcanzar para el desarrollo del turismo rural como fuente de ingresos económicos, sin ocasionar un impacto negativo en el ambiente, por lo tanto será posible dar a conocer la riqueza natural que facilitan las actividades turísticas y la satisfacción de los mismos.

El modelo relativamente integrado trae consigo el financiamiento internacional, lo cual no permitiría que se muestren las actividades agropecuarias y turísticas por parte de los especialistas en el área que son los que poseen las tradiciones ancestrales, las cuales dan un valor agregado al producto promoviendo el desarrollo local, en todo caso el modelo integrado tiene similitud con los objetivos que busca CODESPA, el mismo que se podrá aplicar en las zonas centro de la provincia de Manabí.

los modelos generales o sistemas, estos contribuirán a los productos turísticos que se pueden realizar en la zona centro de Manabí, ya que contempla la organización de las asociaciones futuras que harán posible incrementar los emprendimientos de turismo rural mediante el involucramiento de los pobladores quienes proporcionan la información necesaria para realizar una investigación efectiva y detallada de los recursos existentes, para así promocionarlos a un mercado determinado, también señala el recurso humano siendo este el principal promotor de todas las actividades que harán posible la prestación de servicios turístico con un capacitación técnica anticipada que pueda asegurar la calidad

en el servicio prestado, también señala el seguimiento a la llegada de los turistas, lo cual es muy importante ya que hay que establecer la capacidad de los visitantes y así preservar el recurso para las generaciones futuras.

Por otra parte, los modelos de procesos representan las fases que se realizarán para realizar en las gestiones necesarias que permitirán el normal funcionamiento de los objetivos planteados. Los modelos de funciones conformarán una parte significativa en el ámbito del marketing ya que estos darán a conocer a nivel nacional e internacional los recursos que existen en la zona centro de Manabí lo cual incrementará la visita de los turistas. En tanto los modelos organizacionales este permitirá identificar de formas más organizada mediante organigramas las funciones que tendrán cada uno de los prestadores del servicio, lo cual facilitara el trabajo.

2.14. INDICADORES DE GESTIÓN TURÍSTICA RURAL

Un indicador es un instrumento que provee evidencia de una determinada condición o el logro de ciertos resultados. CONEVAL (2013,) “esta información puede cubrir aspectos cuantitativos y cualitativos sobre los objetivos de un programa o proyecto, por lo tanto, un indicador debe representar la relación entre dos o más variables”. pág. 6) Los indicadores se los define como pasos a seguir en la gestión turística rural, los mismos que orientan al emprendedor sobre el proceso que debe tener en consideración, para llevar a buen término los objetivos planteados en un proyecto, dichos indicadores conllevan a una planificación y obtención de resultados éxitos en las distintas áreas del turismo, los mismos que podrán ser evidenciados mediante la satisfacción del cliente.

Para seleccionar los indicadores más adecuados han de tenerse en cuenta las características del sistema que se está evaluando y el grado de precisión que se pretende conseguir en dicha evaluación. En ese sentido, el proceso de selección de indicadores es tan importante como los propios indicadores. Indicadores mal elegidos pueden proveer una apreciación incorrecta del estado de situación del sistema bajo estudio.

Entre las consideraciones prácticas que deben ser tomadas en cuenta para seleccionar indicadores, los autores precitados destacan las siguientes: (Pérez, 2013, p. 46)

- La relación costo-beneficio del proceso de toma de datos para construir el indicador.
- La capacidad de contar con el indicador a tiempo.
- La capacidad de transmitir la información contenida en el indicador.

Los indicadores rurales según la OMT (2013) deben basarse en las siguientes dimensiones, que se muestran en el grafico 02.02.

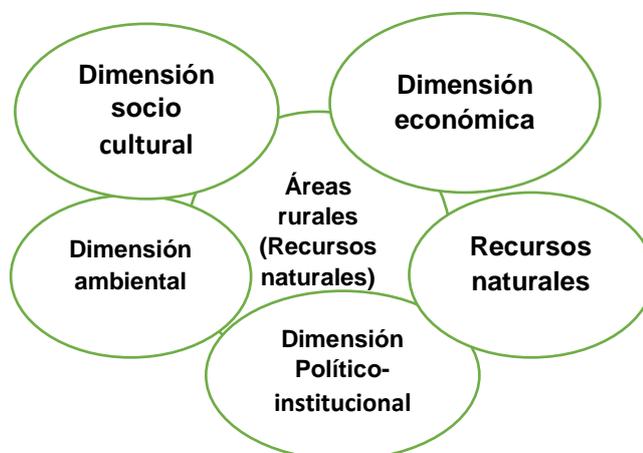


GRAFICO 2: 02.02: DIMENSIONES PARA MEDIR INDICADORES

Fuente: elaboración propia

La Organización Mundial del Turismo (1997) propuso en una lista de indicadores clave, que considera útiles para la adopción de decisiones por parte de los gestores y administradores del sector turístico, a saber:

CUADRO 4: 02.05 INDICADORES PARA GESTIONAR UN DESTINO TURÍSTICO

AUTOR	INDICADOR	CARACTERÍSTICAS	AUTOR	INDICADOR	CARACTERÍSTICAS
Sánchez (2013)	-Claridad:	Deben ser comprensibles para los eventuales usuarios.	OMT(1997)	-Protección del sitio	-Que se mide por la categoría de la protección del lugar según el índice de la UICN.
	-Rigurosidad:	No deben dar lugar a distintas interpretaciones o subjetividades.		-Intensidad de uso	-Medida por la densidad o número de personas por hectárea en temporada alta.
	-Pertinencia	Deben responder a una cuestión específica de manera contundente		-Impacto social	Evaluando la ratio entre turistas y residentes, en temporada alta y el resto de tiempo.
	- Factibilidad:	La información debe poder obtenerse sin mayores dificultades.		-Control del desarrollo	Medido por la existencia de procedimientos de revisión ambiental o controles formales del desarrollo del lugar y las densidades de uso.
	-Credibilidad:	Las fuentes deben ser fiables y los datos confiables y objetivos.		Capacidad infraestructural del sitio	Medido a través de los límites estructurales del suministro de agua, la gestión de residuos y el porcentaje de aguas residuales que reciben tratamiento.
	Comparabilidad:	Deben poder cotejarse en el tiempo y para distintas jurisdicciones.		Proceso de planificación	Medido a través de la existencia de un plan regional para la región del destino turístico, en el que se incluyan los componentes turísticos.
	Representatividad:	Deben ser bien representativos de su temática específica.		Ecosistemas críticos	Evaluado según el número de especies en peligro de extinción o en estado vulnerable.
	- Sensibilidad:	Tienen que mostrar una importante variabilidad o dispersión.		Satisfacción del turista	Medido por el nivel de satisfacción de los visitantes, obtenido mediante encuestas.
	-Valor predictivo:	Deben servir como alerta temprana para la toma de decisiones.		Satisfacción de la población local	Igualmente medido por el nivel de satisfacción de los residentes, a través de encuestas.
	- Integralidad:	Deben poder combinarse con otras herramientas de la planificación y la gestión, de la misma manera existen indicadores cuantitativos y cualitativos y normativos.		Contribución del turismo a la economía local.	Utilizando como medida la proporción de la actividad económica local generada únicamente por el turismo.

Fuente: Sánchez (2013) y la OMT (1997)

Los indicadores pueden establecer líneas de base como herramienta al momento de gestionar, con la finalidad de generar cambios notables que impulsen al desarrollo comunitario, mediante el impulso que se le da a los lugares con potencial turístico, por tal razón es importante que los habitantes rurales conozcan la importancia de un modelo de gestión de emprendimiento, lo cual les permite tener mayores posibilidades de crecimiento tanto a nivel social, como económico y cultural.

Antes de estructurar los indicadores estos deben ser claros para que sean comprendidos con facilidad por los involucrados, especialmente por los prestadores del servicio tales como guías nativos, y los que prestan el servicio de restauración y alojamiento, con la finalidad de no causar impacto en el medio que se desarrolla la actividad y de misma manera brindar un servicio de calidad a los turistas. En cuanto a la rigurosidad que los indicadores deben tener, es decir en el ámbito rural deben ser enfocados hacia el bienestar de la comunidad local como la mejora en el ámbito económico, por lo tanto, no deben desviarse de ese enfoque central.

La pertenencia es importante en el área rural, ya que se debe tener en claro que los indicadores servirán para la mejora en los futuros emprendimientos que se realizarán, y así potenciar los recursos tanto naturales como culturales, sin afectar las generaciones futuras, la factibilidad esto permitirá que los que hagan uso de los indicadores a la hora de realizar las gestiones pertinentes puedan usarlos de manera clara y precisa para así potenciar el óptimo desarrollo de los recursos existentes. La credibilidad también es irrelevante ya que permitirá tanto a los gestores y propietarios de los emprendimientos deben tener claros los objetivos de la empresa turística rural para así poderles brindar al turista la información pertinente del lugar que está visitando.

Por otra parte, la comparabilidad, las zonas rurales poseen recursos naturales similares, sin embargo tener claro este aspecto en los indicadores permitirá que los emprendedores creen su valor agregado ya sea en el servicio o en el producto, es decir lo que les permitirá diferenciarse de la competencia, siempre

y cuando pueda ser transformado en el tiempo sin perder la calidad de lo que se está ofreciendo en el mercado turístico.

Los indicadores turísticos deben ser representativos del ámbito turístico rural sin que se presten para otras interpretaciones que estén alejadas de las prioridades del emprendimiento. La sensibilidad ayudará a que los indicadores estén enfocados en las necesidades del mercado turístico rural en la actualidad, lo cual permitirá ofrecer variedad de alternativas a los turistas haciendo uso de los recursos existentes. El valor predictivo que se les dé a los indicadores ayudará a los gestores a poner tomar decisiones en cuanto a los posibles inconvenientes administrativos que pueden surgir en el futuro. Es así como la integralidad es muy importante, ya que esto ayudara a poder medir la eficacia del trabajo realizado a través del tiempo ya sea mediante un valor cualitativo o cuantitativo, y sin importar el método que se utilice puedan cumplir con un mismo objetivo que es la satisfacción tanto interno como externo.

Por otra parte, El término "indicador" "suele ser usado en más de un sentido en las distintas ciencias o disciplinas". Normalmente este concepto es asociado a datos, estándares, metas o umbrales. Definen a los indicadores como "variables cuyo propósito es medir un cambio en un determinado fenómeno o proceso", y mencionan que estos son percibidos como un instrumento analítico que facilita la medición de cambios por los que atraviesa un sistema. (Eswaran, Pushparajah y Ofori, 2014, p.33)

De los indicadores que propone la OMT (1997) están relacionados con el Modelos de CODESPA que será el modelo a seguir para alcanzar los objetivos planteados en la presente investigación, ya que estos indicadores buscan la protección del sitio para lo cual será necesario conocer las condiciones básicas del área donde se realizaran la práctica del turismo ya que podrá mantener las condiciones adecuadas de las tierras que permitan la producción agrícola y así

se puedan unificar las actividades. La densidad de uso permitirá que el modelo se dirija a una tipología turística de la demanda, de la misma manera mediante el estudio de la demanda se podrá hacer un seguimiento que permitirá conocer la relación turista-residente, el control del desarrollo se podrá conocer mediante las estrategias y componentes que conformara el modelo de emprendimientos en el área rural.

Por lo tanto la capacidad de infraestructura del sitio se identificara a través del diagnóstico situacional que se realizará con la finalidad de conocer las condiciones actuales tales como las vías de acceso, los servicios básicos entre otros, los procesos de planificación se la implantaría en una estructura organizativa que permita crear los componentes turísticos dentro de los paquetes turísticos. Los ecosistemas críticos serán en base a la flora existente ya que lo primordial es conservar los recursos naturales sin alterar su hábitat natural, medir la satisfacción del turista es totalmente necesario en los emprendimientos turísticos mediante encuestas a los turistas, así se podrá medir la percepción de los turistas y el nivel del servicio que ha recibido dentro de las instalaciones ya sea en un restaurant o alojamientos. La satisfacción de la población local.

Si bien es cierto los principales promotores de los emprendimientos son los habitantes, los mismos que conforman el talento humano que hará posible elaborar los productos en bases a las necesidades de los turistas, por lo tanto, la satisfacción de los mismos es indispensable por lo que debe existir una armonía en cuanto a lo que se está ofreciendo al turista y los beneficios equitativos para los pobladores lo cual será posible en una organización comunitaria. Mediante estos indicadores se busca promover una contribución del turismo hacia la economía local a través de la dinamización de la oferta, es así que los pobladores tendrán otro método de incrementar sus ingresos económicos, lo cual es totalmente necesario mientras se da la estacionalidad en el ámbito de la agricultura, generando alianzas estratégicas con varios sectores tanto agrícolas como turísticos.

Promover el desarrollo implica preparar las condiciones para que este fenómeno se produzca a escala local, tratando de desencadenar un proceso de estrategias, en el cual se requiere de las capacidades locales que son fundamentalmente aptitudes de los actores para superar el conflicto, orientar acciones y poder aprender de esa interacción con vistas al futuro. (Toselli y Mazza 2014, p. 55

CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO

Para la estructuración del diseño metodológico se tomó como referencia cuatro autores, los cuales presentan metodologías similares al tema central de la presente investigación. A continuación, se muestra el cuadro 03.01 con las fases del proceso metodológico según los autores. CODESPA (2011), desarrolla una metodología basada en un modelo de gestión del turismo rural comunitario en la Región Andina, mientras que Morejón (2015), se basa en un modelo de gestión turística sostenible para la consolidación del ecoturismo en la cabecera cantonal Machachi del Cantón Mejía y León (2016), estructura un modelo de gestión de desarrollo turismo comunitario como alternativa de desarrollo para la Parroquia de Cogtochoa Cantón Ruminahui Provincia Pichincha y finalmente Sánchez (2016), su metodología diseña un modelo de gestión del complejo turístico Tambo- Capil, Canton Penipe, Provincia Chimboraz

CUADRO 5: 03.01 METODOLOGÍA SEGÚN AUTORES

Autores			
CODESPA (2011)	Morejón (2015)	León (2016)	Sánchez (2016)
Fases	Fases	Fases	
- Condiciones básicas	- Diagnostico	- Análisis externo	- Diagnostico
- Estrategias y componentes	- Microentorno	- Microambiente	- situacional
- Componentes del modelo	- Modelo de gestión	- Entorno sociocultural	- Dimensión Turismo
- Oferta	- Evaluación	- Factores demográficos	- Comunitario Sostenible
- Organización comunitaria		- Entorno geográfico	- Estrategias
- Desarrollo del producto		- Entorno tecnológico	- Organización
- Demanda		- Entorno político	- Operatividad del modelo
- Comercialización		- Microambiente	- Control y evaluación.
- Alianzas estratégicas.		- Análisis interno	
		- Estudio de la oferta	-
		- Estudio de la demanda	
		- Propuesta	
		- Diseño	
		- Evaluación	
		-	

Fuete: Elaboración propia

El análisis de las metodologías consideradas para la investigación, indican que para CODESPA (2011), Morejón (2015), Sánchez (2016) y León (2016), han coincidido en la realización de un diagnostico situacional en las áreas rurales, de la misma manera CODESPA (2011) y Sánchez (2016) ambos autores coinciden en la creación de estrategias en base a las necesidades del entorno, mientras que Morejón (2015) y León (2016) indica la creación del modelo de gestión, sin embargo Morejón (2015) , León (2016) y Sánchez (2016) coinciden en la evaluación y control del modelo después de haber sido estructurado, para lo cual

CODESPA (2011) indica la creación de alianzas estratégicas para la comercialización de los nuevos productos.

Una vez analizadas las metodologías de los autores anteriores, se tomó como referencia la metodología aplicada por CODESPA,(2011) la cual permitirá obtener información necesaria para el alcance de los objetivos planteados mediante el análisis de las áreas rurales dentro cantones Bolívar, Junín y Tosagua, en cuanto a los recursos existentes y la capacidad para emprendimientos turísticos, así mismo se elaboraron las estrategias y los componentes que conforman el modelo de emprendimiento , luego se estructuraron los componentes del modelo, y posteriormente se realizó el estudio de la oferta mediante entrevistas a los comuneros y gobiernos locales, de la misma manera llevó a cabo la visita de campo y entrevista a través de la cual se determinó el tipo de organizaciones comunitaria dentro de cada una de las áreas rurales, así mismo se identificaron los recursos que presentan potencial para crear nuevos emprendimientos turísticos según los requerimientos de la demanda mediante la realización de encuestas a los posibles clientes potenciales, luego se determinó el mejor método de comercialización para estos nuevos productos, mediante entrevistas a los actores tanto públicos como privados que forman parte de las alianzas estratégicas que impulsaran el desarrollo del turismo rural en la zona centro de Manabí.

Una vez elaboradas la metodología que se utilizaron para el cumplimiento de los objetivos planteados referentes al central de la investigación, se determinó que la investigación es no experimental, la misma que analizó el objeto de estudio sin causar alteración alguna en el entorno, para llevar la realización de los objetivos expuestos se utilizó la investigación transversal descriptivo la misma que permitió determinar cada una de las características de la situación actual del objeto de estudio, de la misma manera se utilizó el método transversal causal para corroborar los cambios que surgirán una vez que se realizan cada una de las etapas. A continuación, se detallan cada una de las fases, actividades métodos y técnicas que se aplicaron durante la investigación.

3.1. FASE I. Diagnóstico situacional

FASES	ACTIVIDADES	HERRAMIENTAS/MÉTODOS
1. Diagnóstico situacional.	1. Caracterización del territorio rural de los cantones (Bolívar, Junín y Tosagua) 2. Identificación de organizaciones rurales 3. Análisis de la gestión de emprendimientos rurales. Análisis de la matriz FODA 4. Inventario de recursos turísticos rurales.	<ul style="list-style-type: none"> • Observación científica. • Ficha de caracterización • Ficha de autores • Matriz DAFO • Ficha de inventario
2. Potencialidad turística rural.	5. Análisis de las potencialidades rurales 6. Oferta y operación 7. Demanda 8. Desarrollo de productos y/o servicios 9. Análisis de la comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Matriz de potencialidades • Entrevista • Encuesta • Matriz de generación de productos. • Ficha de comercialización
3. Modelo de gestión de emprendimientos turísticos	10. Fijación de objetivo, misión, visión, valores corporativos, metas corporativas 11. establecer estrategias 12. determinar la operatividad evaluación y control del proceso	<ul style="list-style-type: none"> • Matriz de estrategias • Revisión de documentos • Método de experto

Cuadro 03.02. Metodología para el diseño del modelo de gestión de emprendimiento

Fuente: Elaboración propia

Para realizar un diagnóstico adecuado de las condiciones básicas de las áreas rurales fue necesario llevar a cabo una serie de actividades, las cuales se detallan a continuación:

3.1.1 CARACTERIZACIÓN DEL TERRITORIO RURAL DE LOS CANTONES (BOLÍVAR, JUNÍN Y TOSAGUA)




Ficha de caracterización para las parroquias rurales de los cantones ~~Tosagua~~, Junín y Bolívar.

OBJETIVO- Realizar la caracterización turística en las comunidades rurales.

1. DATOS GENERALES

1.1 Ubicación de la comunidad

 NOMBRE DE PROVINCIA
 NOMBRE DE CANTÓN
 NOMBRE DE PARROQUIA

1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano

Fuente: _____

2. OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS RURALES

2.1 Alojamiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existen en la comunidad.

	#
1. Hostales	<input type="text"/>
2. Pensiones	<input type="text"/>
3. Camping	<input type="text"/>
4. Otros	<input type="text"/>

2.2 Alimentación

Identifique el número y tipo de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad.

	#
1. Fondas	<input type="text"/>
2. Cafeterías	<input type="text"/>
3. Cantinas	<input type="text"/>
4. Restoranes de comida	<input type="text"/>
5. Otros	<input type="text"/>

IMAGEN 1: 03.01. FICHA DE CARACTERIZACIÓN

Fuente: Elaboración propia

Para determinar las características actuales de las zonas rurales se utilizó la observación científica como método, la misma que permitió mantener contacto directo con el área de estudio, de la misma manera se aplicó una ficha de caracterización, a través de la cual se obtuvo información necesaria, tales como: datos generales de las parroquias rurales y sus comunidades en cuanto a la extensión, número de habitantes y el nivel socioeconómico de cada uno de ellos, nivel de educación, también se analizó la actividad turística y las condiciones del entorno para llevar cabo las actividades pertinentes.

3.1.2 IDENTIFICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES RURALES

Para la realización de esta actividad fue necesario conocer las organizaciones dentro del área rural, por lo tanto se logró identificar las organizaciones rurales, para obtener dicha información se aplicó una matriz de involucrados que apor- to con información sobre el número de miembros de la organización, con qué frecuencia realizan los encuentros para tratar temas referente a los emprendimientos u otros temas, y sobre todo si cuentan con el apoyo de alguna organización tanto nacionales como internacionales, cual es la ayuda que les ofrecen y donde se encuentran ubicados, información fue útil conocer de manera detallada los gestores directos o indirectos que intervienen en el ámbito turístico rural.




Entrevista dirigida a las autoridades de las parroquias rurales de los cantones Tosagua, Junín y Bolívar.

OBJETIVO- Identificar las organizaciones rurales que existen en las comunidades y el interés por parte de los habitantes hacia la actividad turística.

4.2 Existen planes de desarrollo en la comunidad. Si es así, nombre el plan y el año en que se empezó o empezara a ejecutar.

1. Si	<input type="checkbox"/>	Plan	Año
2. No	<input type="checkbox"/>		

4.3 Que tipo de organizaciones tiene la comunidad

Tipo de organización

1. Junta parroquial	<input type="checkbox"/>
2. Comité de barrio	<input type="checkbox"/>
3. Directiva comunitaria	<input type="checkbox"/>
4. Organización de mujeres	<input type="checkbox"/>
7. Comité de padres de familia	<input type="checkbox"/>
8. Organizaciones Religiosas	<input type="checkbox"/>
9. Clubes	<input type="checkbox"/>
10. Otros.	<input type="checkbox"/>

5 COMUNIDAD RECEPTORA

5.1 A qué actividades económicas principales se dedica la población (llene las casillas con el porcentaje)

1. Agricultura, caza, avicultura, pesca o ganadería	<input type="checkbox"/>
2. Explotaciones de minas y canteras	<input type="checkbox"/>
3. Artesanías	<input type="checkbox"/>
4. Electricidad, gas y agua	<input type="checkbox"/>
5. Construcción	<input type="checkbox"/>
6. Servicios comunales sociales y personales	<input type="checkbox"/>
7. Transporte y comunicación	<input type="checkbox"/>
8. Comercio	<input type="checkbox"/>
9. Turismo, hoteles o restaurantes	<input type="checkbox"/>
10. Actividades no especificadas.....	<input type="checkbox"/>

IMAGEN 2: 03.02. FICHA PARA ORGANIZACIONES RURALES

Fuente: Elaboración propia

3.1.3 ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTOS RURALES

Para el cumplimiento de la última actividad se utilizó una matriz DAFO Para conocer las condiciones actuales en cuanto a los emprendimientos turísticos, y así se obtuvo más detalles de cuáles son sus principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en la gestión dentro de las áreas rurales, es decir cuáles son las barreras que enfrentan los emprendedores al momento de llevar a cabo sus ideas de negocio, además se aplicó una ficha para los emprendimientos los propietarios de los emprendimientos ya existentes, a través de la cual se logró determinar cuáles las operaciones que realizan dentro de cada uno de los establecimientos ya sean alojamiento o restaurantes o puntos de información turísticas, es decir si existe una planificación anticipada de las operaciones que se van a llevar a cabo antes durante y después de recibir al turista.

También se analizó la predisposición de los habitantes si están dispuestos a diversificar los emprendimientos agropecuarios con el turismo y así incrementar sus ingresos económicos de los involucrados.



Objetivo: Determinar de manera detallada las falencias y beneficios dentro de la gestión turística rural en el área de estudio.

		Oportunidades				Total	Amenazas					
		O1	O2	O3	O4		A1	A2	A3	A4	Total	Total G
Fortalezas	F1											
	F2											
	F3											
	F4											
	F5											
	F6											
	Total											
Debilidades	D1											
	D2											
	D3											
	D4											
	D5											
	D6											
Total												
Total G												

IMAGEN 3: 03.03. FICHA PARA LA MATRIZ FODA

Fuente: Albert S. Humphrey 1970

3.1.4 INVENTARIO DE RECURSOS

Para conocer los recursos tanto naturales como culturales con los que cuentan las comunidades rurales de los cantones de la zona centro de Manabí, se utilizó una ficha de inventario, la misma que permitió obtener información tales como: tipo de recurso ya sea natural o cultural, ubicación exacta del recurso, distancia desde la zona poblada, características, accesibilidad, facilidades y las condiciones actuales para el disfrute del turista, es decir si las condiciones en las que se encuentra el recurso necesita mejora o directamente se encuentra apto para empezar a crear los nuevos emprendimientos turísticos, ya que el inventario

que se realizó podrá ser utilizado por los gestores de las comunidades como fuente de información turística actualizada.

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																
Código del atractivo:	1	3	0	2	5	0	A	N	0	4	0	1	0	0	0	1
	Provincia		Canton		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo	
1. DATOS GENERALES																
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																
BALNEARIO DE AGUA DULCE PLATANALES																
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo								
ATRATIVOS_NATURALES				RÍOS				RÍO								
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia								
MANABI				BOLIVAR				CALCETA								
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número				2.7 Transversal				
PLATANALES				10 DE AGOSTO				SALINAS								
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				Click				2.10 Altura (msnm)				
2.11 Información del administrador																
a. Tipo de Administrador: PUBLICO				b. Nombre de la Institución: GAD												
c. Nombre del Administrador: texto				d. Cargo que ocupa: ALCALDE												
e. Teléfono / Celular: (+593)				f. Correo Electrónico: texto												

Imagen 03.04 ficha para inventario

Fuente: Ministerio de turismo (2017)

3.1.2 FASE II. POTENCIALIDAD TURÍSTICA RURAL

En esta fase se indicarán las actividades necesarias para conocer las potencialidades turísticas rurales en los cantones Bolívar Junín y Tosagua.

3.1.3 ANÁLISIS DE LAS POTENCIALIDADES RURALES

Para conocer cuáles son las principales potencialidades que pueden desarrollarse en cuanto al turismo rural se utilizó una matriz de potencialidades, con la finalidad de evaluar el potencial turístico del recurso en cuanto al estado físico del mismo para crear emprendimientos, además se analizó el interés de los habitantes para gestionar proyectos turísticos mediante la diversificación en

la oferta, teniendo en cuenta, la demanda la competencia y las tendencias actuales del mercado.

También se analizó el involucramiento de las autoridades locales ya que esa es una principal potencialidad al momento de gestionar los emprendimientos sobre todo en el ámbito económico, si los habitantes cuentan o no con el apoyo de financiamiento local.

N o	Atractivo y / o recurso	Carácter		Atributos				Total	
		C	A	P	D	d	u		a
1									
2									
3									
4									
5									

IMAGEN 403.05 FICHA DE POTENCIALIDADES

Fuente: Elaboración propia

3.1.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA Y OPERACIÓN

Para conocer el potencial de la actividad turística y crear nuevos emprendimientos o complementar los existentes, se deben conocer si los habitantes tienen conocimiento de los recursos que poseen, para lo cual se realizaron entrevistas las cuales permitieron obtener la información pertinente tales como: si los pequeños o grandes emprendedores manejan de manera adecuada sus establecimientos y si le dan prioridad al turismo para el desarrollo de la comunidad local.

También fue necesario conocer el número de establecimientos y recursos tales como: cuantos recursos naturales y culturales existen, cuantos hoteles y restaurantes que tipo de servicios ofrecen al turista y si el personal que labora dentro de las instalaciones cuenta con la debida preparación académica que permita brindar un servicio de calidad.

Para conocer las operaciones dentro de los establecimientos que brindan servicios al turista se aplicó entrevista a los propietarios tanto de alojamientos como de restauración y centros recreacionales, para conocer cómo realizan las operaciones internas, y así conocer si cuentan o no con un modelo que los oriente a realizar gestiones de manera más técnica.

Mediante esta entrevista también se conocerán si los establecimientos cuentan con un registro de los visitantes, para conocer el perfil del turista.

Tipo de establecimiento	Nombre de los establecimientos	Dirección	Capacidad
Centro recreacional	San Ramón	Calceta vía Junín	450 Clientes
Centro recreacional	El regocijo	Calceta vía Chone	450 Clientes
Centro recreacional	Quinta linda	Calceta	400 Clientes
Centro recreacional	Quinta el Rocío	Calceta	200 Clientes
Centro recreacional	El Cipriano	Calceta, vía a platanales	320 Clientes
Restaurante	GRACIMAR	Calceta	40 Clientes
Restaurante	Mesón cajero	Calceta	40 Clientes
Restaurante	Laurita	Calceta	30 Clientes
Restaurante	Cubichería Sol de Manta	Calceta	20 Clientes
Restaurante	Asadero Esquina de Ales	Calceta	20 Clientes
Restaurante	Pizzería Mama Yina	Calceta	30 Clientes
Restaurante	Encebollados el Nato	Calceta	35 Clientes
Restaurante	Chavito	Calceta	30 Clientes
Restaurante	Mami Nina	Calceta	30 Clientes
Restaurante	La Olla	Calceta	35 Clientes
Restaurante	Bar Cipriano	Calceta	35 Clientes
Restaurante	Domingo criollo	Calceta	30 Clientes
Restaurante	Comedor San Luis	Calceta	20 Clientes
Hotel / Restaurante	El Mango	Calceta, vía <u>Tosaqua</u>	25 Clientes
Hotel / Restaurante	Carrizal Inn	Calceta	25 Clientes
Hotel	Calceta	Calceta	12 Clientes
Hotel	Cacao	Calceta	50 Clientes
Hotel	Mi hotel	Calceta	20 Clientes
Hostal	Galicia	Calceta	15 Clientes
Hostal	Bolívar	Calceta	15 Clientes

IMAGEN 5: 03.06 FICHA DE ESTABLECIMIENTOS

Fuente: Elaboración propia

3.1.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para obtener la información necesaria en esta actividad se realizó una encuesta dirigida al turista que visita los recursos naturales de la zona centro de Manabí, mediante esta encuesta se logró conocer la percepción en cuanto al estado actual de los emprendimientos turísticos y los futuros cambios que pueden surgir.

Para ello también se tomaron en cuenta preguntas tales como: motivo del viaje, que les gustaría que se implemente en los recursos para mejorar el disfrute de las actividades turísticas y si regresarían al lugar que han visitado, ya que esta información ayudaría a crear los principios con los que contaría el modelo de gestión de emprendimiento en base a las necesidades de los turistas.




ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FELIX LOPEZ
ENCUESTA

La presente encuesta servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de un proyecto de titulación de la Carrera de Turismo que titula "Modelo de gestión de emprendimiento para el desarrollo del turismo rural en la zona centro de Manabí".

Agradecemos nos conceda unos minutos de su tiempo para realizar la siguiente encuesta:

1. Nacionalidad: _____
2. Edad:

18-21	22-30	31-40	41-52	53-60	Mayor a 61
<input type="checkbox"/>					
3. Escolaridad

Primaria.	Secundaria.	Licenciatura.	Maestría.	Doctorado.
<input type="checkbox"/>				
4. Ocupación:

Estudiante.	Comerciante.	Empresario.	Ama de casa.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

 Otro, especifique _____
5. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?

Vacaciones ___ Negocios ___ Deportes ___ Religión ___ Precio ___ Aventura

Visita a familiares ___ Contacto con la naturaleza ___

Otro _____
6. ¿Cuánto tiempo permanecerá en Bolívar, Junín, Tosagua?

1 día ___ 2-3 días ___ 4-7 días ___ más de 7 días ___
7. ¿Cómo viaja?

Solo ___ En pareja ___ Con familia ___ Con amigos ___

Un grupo organizado ___
8. ¿Qué medio de transporte utilizo para venir a Bolívar, Junín, Tosagua?

Vehículo propio ___ Bus público ___

Otro _____
9. ¿Estaría interesado en visitar los recursos turísticos de Bolívar, Junín, Tosagua?

Mucho	<input type="checkbox"/>	Poco	<input type="checkbox"/>	Le es indiferente	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------	------	--------------------------	-------------------	--------------------------	----	--------------------------

IMAGEN 6:03.07. FICHA PARA LA DEMANDA

Fuente: Elaboración propia

3.1.6 DESARROLLO DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

Mediante la elaboración de una matriz de generación de productos se pudo conocer los nuevos emprendimientos que se pueden desarrollar vinculando el sector agropecuario con el turístico, que revitalicen la cultura local y respondan

a la demanda, es decir productos que incorporen conocimientos, valores, insumos y destrezas tradicionales de las comunidades participantes en los distintos servicios que los componen, lo cual no solo beneficia a las comunidades rurales sino también a los cantones y de la misma manera a la provincia que es donde existen toda esta variedad de recursos que llevando a cabo una adecuada gestión de los mismos pueden ser desarrollados de manera equitativa tanto con el ambiente como la sociedad actual.




OBJETIVO: Conocer la gestión de los emprendimientos turísticos que se están realizando en la zona centro de Manabí. |

MATRIZ DE GENERACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

ACTIVIDAD	
Estudio de mercado	
Ajuste entre producto y mercado	
Zonas de desarrollo turístico y de productos	
Consulta y colaboración con los interesados	
Productos insignia y ejes	
Productos agrupados, circuitos y eventos	
Cartera de productos y plan de inversión	
Desarrollo de recursos humanos	
Marketing y promoción	

IMAGEN 7:03.08. MATRIZ DE GENERACIÓN DE PRODUCTOS
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

3.1.7 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

El proceso de la comercialización requiere destrezas para la promoción, venta de servicios, así como capacidades organizativas para gestionar los

emprendimientos, para lo cual se aplicó una ficha de comercialización a los emprendedores para conocer de qué manera comercializan sus productos o servicios si los hacen por medio de marketing directo, promociones radiales o tv, y así saber si estos medios han sido de vital importancia para que existan vetas, y si no existe ningún tipo de promoción conocer de qué manera les gustaría promocionar sus productos o servicios según las necesidades de la demanda y las actuales tendencias tecnológicas.




FICHA DE COMERCIALIZACION

OBJETIVO: Indagar sobre el tipo y medios de comercialización QUE SE están utilizando en la zona centro de Manabí

Estrategia de comercialización y promoción turística	
Estrategias para el desarrollo de ventajas competitivas	
Segmentación y posicionamiento	
Estrategia de posicionamiento	
Marca del producto	
Medios de publicidad	
Ejecución de las estrategias	
Control	

IMAGEN 803.09. FICHA DE COMERCIALIZACIÓN

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

3.1.3 FASE III MODELO DE GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO.

A través de esta fase se establecerán los principales requerimientos para una gestión adecuadas de los emprendimientos rurales, para una buena prestación del servicio.

3.1.4 ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Las alianzas son relaciones instituciones y de negocios que se establecen entre los emprendimientos comunitarios y los actores públicos y privados locales para alcanzar una mayor llegada de turistas a las comunidades, para conocer estas alianzas que tiene los emprendedores turísticos se aplicara un mapeo de autores tanto públicos como privados, que permita conocer cuáles son los entes involucrados en el turismo y en que consiste sus alianzas con los emprendedores rurales, y sobre todo si la comunidad local resulta beneficiada o no en cada uno de estos proyectos.

3.1.5 SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Para el correcto funcionamiento en la operatividad del modelo de gestión de emprendimiento en el turismo rural se describirán las principales áreas administrativas y sus respectivas funciones mediante una matriz de funcionamiento. En esta sección se detallaron los posibles responsables que realizaran la gestión adecuada mediante el seguimiento de los objetivos del modelo a seguir, el cual les proporcionara tiempo, medios y control de los mismos, y así llevar a buen término lo planificado con la debida anticipación.

CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se presenta el desarrollo y ejecución de cada una de las fases y actividades planteadas en la metodología utilizada para llevar a cabo la presente investigación que consiste en el diseño de un modelo de gestión de emprendimiento para el desarrollo del turismo rural en la zona centro de Manabí. Se tomó como base lo dispuesto por los GADS a través de los planes de ordenamiento territorial (2014) como principal fuente de información, lo cual permitió realizar un análisis comparativo de los programas y proyectos, para el alcance de los objetivos planteados.

4.1. FASE I DIAGNÓSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL

4.1.1. CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

La provincia de Manabí limita al norte con la provincia de Esmeraldas, al sur con las provincias de Santa Elena y Guayas, al este con las provincias de Guayas, Los Ríos y Santo Domingo de los Tsáchilas, y al oeste con el Océano Pacífico. Está conformada por 22 cantones y 75 parroquias, en la cual se encuentran ubicados en la zona centro los cantones: Bolívar Junín y Tosagua los cuales han sido seleccionados como el área de estudio.

La población de Manabí es mayoritariamente joven pues el número de habitantes de más de 45 años representa el 13% de la población total, la tasa de natalidad de la provincia es elevada y a pesar del crecimiento acelerado de la población urbana, la de carácter rural es mayoritaria (Gobierno Provincial de Manabí pag.1 2017)

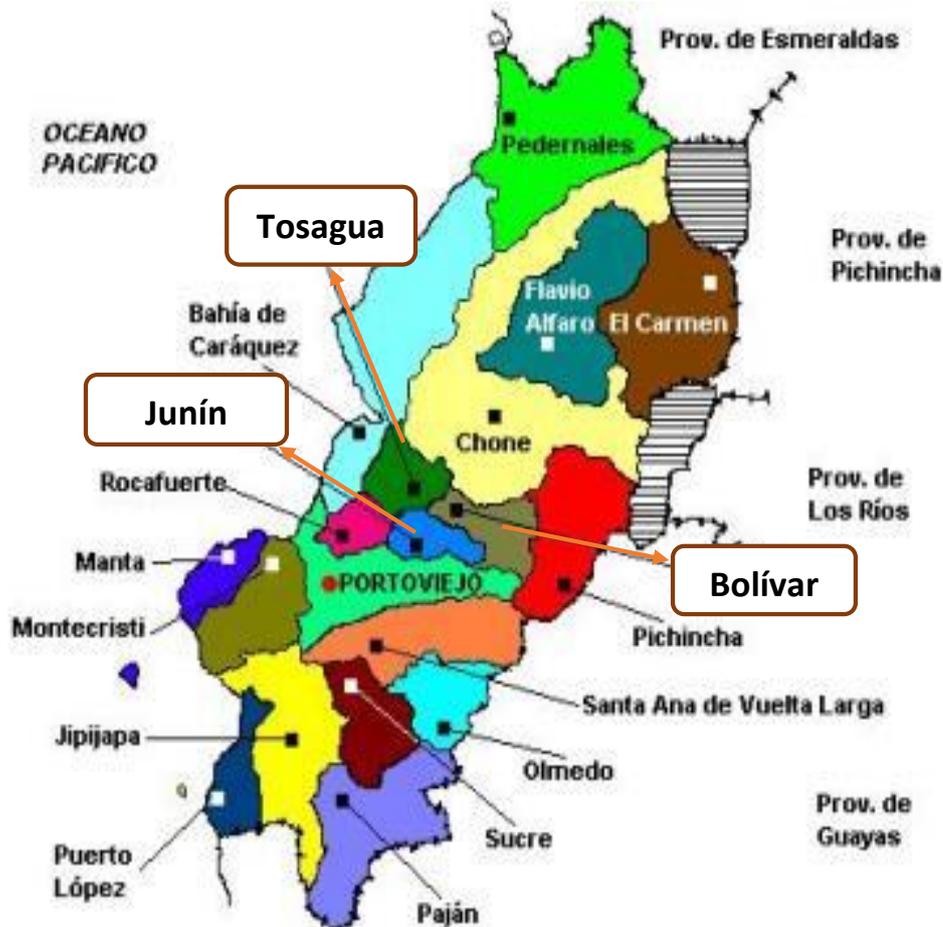


IMAGEN 9: 04.01. MAPA DE LA ZONA CENTRO DE MANABÍ
 Fuente: Gobierno Provincial de Manabí, (2017)

4.1.2 INFORMACIÓN GENERAL DEL CANTÓN BOLÍVAR

El cantón Bolívar está ubicado en el sector oriental de la provincia, su posición astronómica es 0 grados, 50 minutos y 39 segundos de latitud sur y 80 grados, 9 minutos y 33 segundos de longitud oeste. Limita al Norte con el Cantón Chone, al sur con Portoviejo y Junín al Este con Pichincha y al Oeste con Tosagua. El cantón presenta una topografía plana en la parte baja por los valles e irregular ondulada y quebrada en la parte alta y montañosa. La altitud es de 21 msnm la parte baja y de 400 msnm en la parte alta. Este cantón tiene una superficie territorial de 537.8 Km², y está dividida en una parroquia urbana: Calceta y dos rurales: Quiroga y Membrillo (PDOT, 2015 p. 12)

Debido a la existencia de los da la oportunidad a poder realizar deportes extremos ya sean estos, caminatas, cabalgatas, ciclismo de montaña, motociclismo, entre otros. Estos aspectos van acompañados de un territorio lleno de hermosos paisajes y fauna propia del lugar. El área montañosa se caracteriza por haber constituido una reserva natural de bosques de protección, que ha sido degradado por la explotación de la madera y la ampliación de la frontera de tierras para la crianza de ganado vacuno y porcino, en detrimento de los equilibrios ambientales por los fuertes impactos negativos que se derivan de la pérdida de la masa boscosa. El cantón Bolívar presenta una característica eminentemente agrícola predominando productos como cacao, café y cítricos. En condiciones de productos perenne y de mayor explotación (PDOT, 2015, p.13)

Otro aspecto importante es que el territorio del cantón Bolívar es parte integrante de una de las cuencas más importantes de la provincia: la cuenca del Carrizal. La red hidrográfica más importante de este elemento natural lo constituyen el río Carrizal y el Río Mosca. La gran capacidad y vocación de suelo para las actividades agrícolas determinaron que se implante la más grande infraestructura de riego de la Provincia de Manabí, la presa denominada “La Esperanza” (capacidad de 455 millones de m³ de agua), tiene la condición ser navegable; y, el Mono, la Palma, Barro, Balsa, Severino, Tigre, Chico, Bejuco, Camarón, Matapalo y Platanales afluentes del río Chone. (PDOT pág. 14 2015).

Todos estos aspectos que conforman el cantón se convierten en una forma creciente multifuncional presentando un importante número de diversas actividades económicas, las mismas que pueden formar parte de los servicios turísticos ligadas a la naturaleza con actividades turísticas y recreación, sin dejar a un lado una más económica dinámica y activa. Además de las limitaciones existentes especialmente en el ámbito del servicio al cliente cuenta con múltiples recursos naturales para los visitantes tanto nacionales como internacionales, aunque las vías de acceso a estos recursos no se en óptimas condiciones, además de la falta de señalización vial y turística lo cual no permite fortalecer el turismo dentro del cantón. Sin embargo otro aspecto a resaltar es la variada gastronomía típica y la amabilidad de su gente lo cual daría un mayor realce y

las personas que prestan el servicio estuvieran debidamente capacitadas, lo cual aportaría el incremento turístico en este importante cantón.

4.1.3 INFORMACIÓN GENERAL DEL CANTÓN JUNÍN

El cantón Junín se encuentra ubicado en la zona central de Manabí, su cabecera cantonal se encuentra ubicada geográficamente a: 0° 56' 8" de longitud sur y 80° 11' 0" de longitud oeste, además se ubica un aproximado de 500 Ha entre Bosque Primario y Secundario en el cantón, establecidos en su gran mayoría en la zona alta húmeda y baja (Andarieles, La Florida, Tablones, Guayabales y Come Tierra). (PDOT, 2015, p. 6)

Limites cantonales. - El cantón Junín limita: Al norte con los cantones Tosagua y Bolívar, al sur con el cantón Portoviejo, al este con el cantón Bolívar y, al Oeste con el cantón Rocafuerte.

El cantón Junín se encuentra ubicado en la zona central de Manabí, su cabecera cantonal se encuentra ubicada geográficamente a: 0° 56' 8" de longitud sur y 80° 11' 0" de longitud oeste, se encuentra de manera privilegiada entre grandes áreas naturales, está asentado sobre un suelo conformado por sedimentos aluviales que pertenecen al último periodo geológico, se levanta en medio de una extensa zona montañosa, con pequeños valles entre elevaciones.

De acuerdo con el (GAD, 2014, p. 8) en el Cantón Junín se registraron 18.942 habitantes, de los cuales 9.192 son mujeres y 9.750 hombres, tal como se muestra en el cuadro 04.01.

CUADRO 6: 04.01 POBLACIÓN DE JUNÍN

Población:	18.9 mil hab. (1.4% respecto a la provincia de Manabí).
Urbana:	28.5%
Rural:	71.5%
Hombres:	48.5%
Mujeres:	51.5%
PEA:	41.1% (1.3% de la PEA de la provincia de Manabí).

Fuente: GAD- Plan de ordenamiento territorial 2014

En lo que respecta a la flora y fauna del cantón, este posee grandes diversidades tanto en especies animales como: el mono aullador, guatusos, ardillas, tigrillos, armadillos, zarigüeyas, perro de monte, gatillos, iguanas; entre otros donde.

Por otra parte, se tiene diversidades correspondientes a la flora, ya sean estas especies endémicas e introducidas como: cedro, laurel, guachapelí, caoba, moral fino, caimito, guayacán, entre otros; entre los frutales destacan el mamey colorado, mamey serrano, aguacate, limón, naranja, mandarina, zapote, marañón, anona. Mientras que los productivos distribuidos en las diversas comunidades rurales se encuentran la tagua, café, cacao, cady, plátano, banano, mango, badea, tamarindo, maíz, caña de azúcar, piñón, caña guadua, arroz y yuca.

La base económica del cantón Junín se ha sustentado y se sustenta en una actividad inminentemente agrícola, de productos como: maíz, cacao, café, tagua, cítricos, caña de azúcar, aunque en la actualidad el cantón se proyecta de muy buena manera en la producción pecuaria, sobre todo la avicultura.

De acuerdo a datos obtenidos a través del Censo Nacional Agropecuario del 2000, 2006, 2010 y el censo para el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2011 se constata lo siguiente tal como se lo detalla en el cuadro 04.02 a continuación:

CUADRO 7: 04.02 SUPERFICIE POR CATEGORÍA DE CULTIVOS

NÚMERO DE UPAS Y SUPERFICIE POR CATEGORÍAS DE CULTIVOS (2000)			
CULTIVOS	UPAS	SUPERFICIE/HAS	PORCENTAJE
CULTIVOS PERMANENTES	1.129	3.781	27,59
CULTIVOS TRANSITORIOS Y BARBECHOS	747	2.401	17,52
PASTOS CULTIVADOS	473	7.523	54,85
TOTAL	2.349	13.705	100,00

FUENTE: GAD- Plan de ordenamiento territorial 2014

Dada la caracterización y las condiciones ambientales cantón Junín y la existencia de flora y fauna más el nivel paisajístico elevado que posee se ve claramente la necesidad de ejecutar proyectos turísticos que lleven un buen

manejo de los recursos para que estos no sean deteriorados a través del tiempo lo cual ayudara a la preservación de la diversidad biológica y cultural. Sin embargo existen limitantes especialmente en los servicios básicos ya que no toda la población puede beneficiarse del líquido vital como lo es el agua principalmente las zonas altas, otro aspecto es la limitada señalización vial dentro del área y en las áreas rurales ya que el visitante debe preguntar dónde se encuentran ubicados los recursos para poder llegar, por otra parte la planta turística deficiente en infraestructura y servicio por lo tanto el desarrollo turístico del cantón presenta retrasos, además no existen puntos de información turística y muchas veces ni los propietarios de los establecimientos de servicios existentes conocen la ubicación de ciertos recursos tanto naturales como culturales.

4.1.4 INFORMACIÓN GENERAL DEL CANTÓN TOSAGUA

El cantón Tosagua se encuentra ubicado en el Noroeste de la provincia de Manabí a las orillas del río Carrizal. Tosagua es uno de los 22 cantones de la provincia de Manabí; que cuenta con una extensión aproximada de 379,4331 Km² que representa el 2,05% del territorio de la provincia (18400Km²). La división política administrativa, establece que este cantón está conformado por tres parroquias, una urbana, que es su cabecera cantonal, Tosagua con una superficie de 250.44Km² y dos parroquias rurales como Ángel Pedro Giler conocida como la “Estancilla” con una superficie de 67.14 km².

Los límites del cantón son ubicados de la siguiente manera: al Norte con los cantones Chone y Sucre, al Sur con los cantones Junín y Rocafuerte, al Este con el cantón Bolívar y al Oeste con el cantón Sucre, su rango altitudinal oscila entre los 0 mts hasta los 400 mts aproximadamente. El cantón está compuesto por el 75% de zonas altas, y el 25% de zonas bajas. Por esta razón en época de invierno el cantón sobrelleva inundaciones y pérdida de sembríos. Ante esta situación la población ha optado por tener diferentes tipos de cultivo en ciclo corto y largo. GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado-Tosagua 2014)

Tosagua es un cantón rico en cultura e historia entre sus campos esconde una de las riquezas invaluable que tiene el Ecuador, restos arqueológicos de la desaparecida cultura de sus habitantes primigenios los Tosagua que dejaron en sus entierros cerámicas de riqueza artística incalculable, lamentablemente estas zonas no han sido delimitadas ni se ha creado un museo etnológico el cual permita el rescate de estas piezas históricas muchas de las cuales están actualmente en manos de los pobladores los cuales al desconocer su valor cultural, las comercializan al mejor postor, esto sin contar las innumerables que aún permanecen enterradas. GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado-Tosagua- 2014)

De manera general Tosagua es un cantón que posee suelos Franco arcillosos, con un buen drenaje moderadamente profundo PH alcalinos y de alta fertilidad, la mayor parte del cantón Tosagua corresponde a la clasificación de vértice haplustec y ocupa una extensión de 17556,73 ha, que corresponde al 46,30% de la superficie total, con características a nivel general muy buenas para el desarrollo agro productivo del cantón.

Una de las principales limitaciones al desarrollo del cantón lo constituye su exigua red vial, por este motivo uno de sus ejes de desarrollo debe estar enfocado al mejoramiento integral del sistema vial.

La zona centro de Manabí conformada por los cantones Chone, Bolívar, Junín, Tosagua y Rocafuerte de los cuales solo tres conforman el are de estudio, entre estos se encuentran: Bolívar Junín Y Tosagua específicamente en las parroquias rurales tales como: Quiroga, Membrillo, Ángel Pedro Giler y Bachillero. En cada una de estas parroquias se identificó que las zonas rurales dentro del área de estudios cuentan con una infraestructura básica poco adecuada ya que algunas vías de acceso se encuentran lastradas y otras aún son de tierra, solo cuentan con buses urbanos en la vía principal y los habanitas de las comunidades en época invernal salen caminando hasta el centro de la ciudad ya que las camionetas solo pueden acceder en verano, dentro de la ciudad y fuera existe poca señalización vial y no cuenta con señaléticas turísticas que orienten al

turista, en cuanto medios de transporte se pueden encontrar bus camionetas y moto taxi.

Cuenta con una oferta de servicios turísticos rurales muy limitada, yaz que respecto al hospedaje se pueden encontrar hostales y otros que se refiere a cuartos de arrendamiento, los cuales no cuentan con todos los servicios que permitan la satisfacción del cliente. Con respecto a lugares que brinden el servicio de alimentos y bebidas se pueden encontrar cantinas y kioscos de comida que a su vez se identificó que no llevan un control adecuado en la preparación de los alimentos y el personal de servicio no se encuentra debidamente capacitado hacia la atención del cliente, en cuanto a los lugares de esparcimientos se pueden encontrar instalaciones deportivas y bingos realizados por los moradores locales. Por otra parte, no cuentan con un centro de información turística que brinde orientación al visitante y por ende no existen guías turísticos especializados.

4.1.5 IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIONES RURALES

Mediante la ficha de identificación de las organizaciones rurales se identificó que existen varias organizaciones con la finalidad de regular las actividades que se lleven a cabo, y así poder plan de una forma más técnica que les permita a los involucrados generar beneficios equitativos en el ámbito rural donde se desarrollan los nuevos emprendimientos. A continuación, en el cuadro 04.03 se detallan las organizaciones rurales existentes

CUADRO 8: 04.03: ORGANIZACIONES RURALES ÁNGEL PEDRO GILER

ORGANIZACIÓN	Nº	FUNCIONES
Junta parroquial Ángel Pedro Giler	1	Ordenamiento territorial del entorno adecuación de vías y servicios básicos.
Comité de barrio	3	Velar por el bienestar de los habitantes del barrio teniendo en cuenta las necesidades que se presentan.
Directiva comunitaria	37	Socialización de fiestas patronales e identificación de necesidades comunitarias tales como: vías de acceso, recolector de basura y prestación de maquinarias para trabajos agropecuarios, y ahorros de las comunidades.

Organizaciones religiosas	2	Realización de eventos con fines benéficos a personas de bajos recursos económicos
----------------------------------	---	--

Fuente: Elaboración propia

Como se ha podido evidenciar en el cuadro anterior la Parroquia Ángel Pedro Giler cuenta con organizaciones rurales dirigidas únicamente a comprender los requerimientos y necesidades de los habitantes, por lo tanto fue de vital importancia conocer los distintos tipos de organizaciones rurales, ya que cada una de estas cumplen con distintos objetivos y formas de funcionamiento lo cual hace que se cumplan cabalmente con las tareas diarias.

En efecto la junta parroquial constituye la principal organización rural enfocada en atender los requerimientos y necesidades de los habitantes e incentivar a la conservación del entorno, también es la encargada del desarrollo parroquial y el ordenamiento territorial en coordinación con el Gobierno cantonal y Provincial.

Por otra parte tanto los comités de barrios como las directivas comunitarias que se encuentran ubicadas en esta parroquia estas organizaciones están conformadas por pequeños grupos de personas, donde su mayor prioridad es representar a los habitantes del barrio donde se encuentran ubicadas, por lo tanto el presidente o líder de estas organizaciones su principal función es estar presente y apoyar los programas los proyectos de desarrollo social que este implementando la junta parroquial, ya que buscan la mejora tanto en el ámbito social, económico y urbanístico ya sean estas la implementación de instalaciones a beneficio de todos, por otra parte también se las involucra en los programas turísticos que se lleven a cabo dentro de la parroquia ya sean capacitaciones o participación en ferias que promueven la integración y participación de los pobladores del barrio ya que no existen organizaciones que se dediquen netamente a promover el desarrollo del turismo rural, y finalmente la organización religiosa desempeña un papel fundamental ya que proporciona prevención, atención y tratamiento vitales a aquellos que los necesitan.

CUADRO 9: 04.04: ORGANIZACIONES RURALES PARROQUIA BACHILLERO

ORGANIZACIÓN	N°	FUNCIONES
Junta parroquial Bachillero	1	Ordenamiento territorial del entorno adecuación de vías y servicios básicos.
Comité de barrio	4	Velar por el bienestar de los habitantes del barrio teniendo en cuenta las necesidades que se presentan.
Directiva comunitaria	10	Socialización de fiestas patronales e identificación de necesidades comunitarias tales como: vías de acceso, recolector de basura y prestación de maquinarias para trabajos agropecuarios, y ahorros de las comunidades.
Organizaciones religiosas	1	Realización de eventos con fines benéficos a personas de bajos recursos económicos

Fuente: Elaboración propia

De igual manera la parroquia Bachillero cuenta con una junta parroquial, la cual es encargada de administrar el buen funcionamiento del desarrollo parroquial, también se encarga de expedir acuerdos soluciones y normativas reglamentarias en conjunto con el GAD, aprueba el plan parroquial de desarrollo y el ordenamiento territorial, el cual busca tanto el desarrollo económico, social y turístico.

Además, también existen los comités de barrio y las directivas comunitarias entre sus principales funciones esta ejercer el control social sobre los servicios y obras públicas que los beneficien de forma equitativa, asimismo la organización religiosa que existe busca velar por el bienestar de los ciudadanos especialmente en tiempos de catástrofes naturales ya sea aportando con albergues o productos de primera necesidad. Como se ha podido evidenciar no existe una organización que dirija las actividades turísticas de las parroquias, ya que dichas actividades son reguladas por la junta parroquial tomando en cuenta a los líderes o presidentes barriales o comunales si es necesario, lo cual depende de la actividad que se vaya a realizar.

CUADRO 10: 04.05: ORGANIZACIONES RURALES PARROQUIA QUIROGA

ORGANIZACIÓN	N°	FUNCIONES
Junta parroquial Quiroga	1	Ordenamiento territorial del entorno adecuación de vías y servicios básicos.
Comité de barrio	2	Velar por el bienestar de los habitantes del barrio teniendo en cuenta las necesidades que se presentan.
Directiva comunitaria	7	Socialización de fiestas patronales e identificación de necesidades comunitarias tales como: vías de acceso, recolector de basura y prestación de maquinarias para trabajos agropecuarios, y ahorros de las comunidades.
Organizaciones religiosas	1	Realización de eventos con fines benéficos a personas de bajos recursos económicos

Fuente: Elaboración propia

La parroquia Quiroga cuenta con una junta Parroquial que le permite desarrollar el plan de ordenamiento territorial el mismo que permite cumplir e implementar metas, programas y normas adoptadas para orientar y administrar el desarrollo físico del territorio de la parroquia, además de los comités de barrio buscan solucionar cada problema que sucede con las personas que habitan en el área a la que pertenece, además de estar conformadas por un presidente quien es el encargado de dar las noticias acerca de los nuevos eventos que se den en la junta parroquial, además las directivas comunitarias que se encuentra en esta parroquia principalmente esta integradas por hombres y mujeres que han sido elegidos por los habitantes de las comunas mediante votos.

El principal objetivo de dichas organizaciones es realizar actividades que aporten a la mejora en la calidad de vida de los habitantes, además de manejar el aspecto financiero que se recolecta a través de fiestas o eventos que se realicen durante el año, estas directivas también se encargan de convocar a los habitantes a reuniones para compartir la realización de cualquier proyecto que se desee llevar a cabo, especialmente proyectos productivos ya sean estos individuales o colectivos.

Estas entidades se las organiza con la finalidad de construir un capital social en las comunidades para posibles eventualidades que se presente, y las organizaciones religiosas, las cuales buscan contribuir al desarrollo de la parroquia mediante el apoyo espiritual y económico de los ancianos y niños huérfanos de la parroquia y sus comunidades, también promueven campañas sobre el consumo de tabaco con la finalidad de ayudar a los jóvenes que esta inmersos en este tipo de adicción.

CUADRO 11: 04.06: ORGANIZACIONES RURALES PARROQUIA MEMBRILLO

ORGANIZACIÓN	Nº	FUNCIONES
Junta parroquial Membrillo	1	Ordenamiento territorial del entorno adecuación de vías y servicios básicos.
Comité de barrio	3	Velar por el bienestar de los habitantes del barrio teniendo en cuenta las necesidades que se presentan.
Directiva comunitaria	9	Socialización de fiestas patronales e identificación de necesidades comunitarias tales como: vías de acceso, recolector de basura y prestación de maquinarias para trabajos agropecuarios, y ahorros de las comunidades.
Organización de mujeres	1	Abastecimientos de una despensa comunitaria y ayuda social
Organizaciones religiosas	2	Realización de eventos con fines benéficos a personas de bajos recursos económicos

Fuente: Elaboración propia

La parroquia membrillo es la estructura gubernamental a nivel local que se encuentra al servicio de las comunidades mediante el manejo eficiente de los recursos por parte de todos quienes conforman esta institución, por lo tanto entre sus principales funciones se encuentran: dirigir la elaboración del plan de desarrollo y el ordenamiento territorial en concordancia con el plan cantonal y provincial de desarrollo con la participación de la ciudadanía y otros actores del sector público. También mantiene comunicación permanente con los dirigentes barriales y demás organizaciones sociales sentadas en esta parroquia a fin de conocer las necesidades de los habitantes para dar atención inmediata y así

coordinar reuniones de trabajo con líderes y lideresas para coordinar acuerdos y compromisos del ámbito donde se desarrolle cualquier actividad.

Por otra parte esta parroquia también cuenta con los comités de barrio ya que son estructuras que conforman los habitantes de cada uno de los barrios, la principal función es ser intermediarios entre los vecinos y las instalaciones superiores, llevando las necesidades, decisiones y propuestas a la entidad superior como la junta parroquial, los comités toman decisiones por mayoría de votos de los asistentes a las sesiones, los acuerdos que se tomen se deberán cumplir a cabalidad, estos comités realizan sesiones ordinarias por lo menos una vez al mes para tratar asuntos de interés comunitario, además en esas reunión informan a los representantes sobre las actividades que realizan.

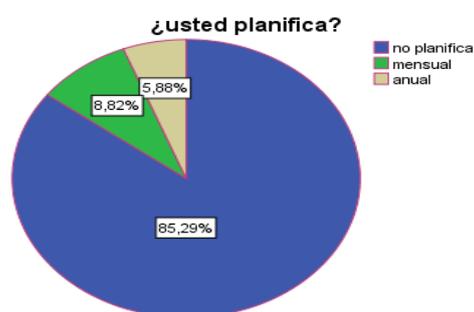
Las directivas comunitarias se conforman con la finalidad de supervisar todo lo referido a la organización, funcionamiento e implementación de los planes de trabajo para integrar a la comunidad, así mismo promover la participación ciudadana en las distintas actividades y talleres en los centros comunitarios, también se encuentran las organizaciones de mujeres y una organización religiosa estas dos organizaciones se esfuerzan por trabajar en conjunto para velar por el bienestar de los ciudadanos especialmente en época de desastres naturales.

Una vez analizados resultados mediante la ficha de organizaciones rurales en la zona centro de Manabí se logró determinar que las organizaciones existentes se dedican principalmente a la realización de actividades netamente agropecuarias. Por otro lado también se logró identificar que otra de las organizaciones con mayor importancia es la de los comités de barrio que existen en cada una de las comunidades con la finalidad de conocer las necesidades y requerimientos de cada uno de los habitantes, por lo tanto no se logró identificar una organización que se interese por la actividad turística ni mucho menos que aporte con nuevos emprendimientos para el desarrollo local y regional, es decir no se puede medir el alcance de los objetivos planteados cuando se realizan actividades turísticas.

4.1.6 ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTOS RURALES.

Para conocer la gestión actual de los emprendimientos rurales se realizaron 34 fichas durante el mes de octubre del año 2017 en las parroquias rurales pertenecientes a los cantones Bolívar Junín y Tosagua. Únicamente se colocaron 34 establecimientos en base a un estudio de campo, dado que no existe ninguna estadística e información sobre emprendimientos rurales, por lo tanto, se consideraron aquellos emprendimientos ubicados en áreas accesibles y que podían ser factibles a desarrollar. No se tomó en cuenta aquellos emprendimientos que carecían de facilidades mínimas para poder ser aprovechados como parte de una oferta turística rural. La mayoría de estos emprendimientos son pequeños y de grupos familiares.

Para la recopilación de la información se utilizó una ficha que contenía una serie de interrogantes que permitieran obtener los datos necesarios para conocer cuáles son las principales falencias de la gestión turística rural, para el análisis de la información se realizó el procesamiento necesario mediante la utilización del programa estadístico SPSS el cual indica una serie de porcentajes según el nivel de cumplimiento que está teniendo cada variable.



Los **GRAFICO 3: 04.01 PLANIFICACIÓN** resultados muestran que los propietarios de los emprendimientos rurales no realizan una planificación anticipada de lo que van a realizar durante el año, lo cual afecta las actividades dentro de la organización, teniendo presente que en el ámbito turístico existen las etapas de mayor afluencia de visitantes y épocas de estacionalidad, por lo tanto al no saber cómo manejar el negocio en cada una de las etapas trae consigo una serie de consecuencias que afecta principalmente al consumidor y

al propietario. Por ello es necesario que se detallen las opciones a tomar en cuenta en los cambios que se presentaran en el mercado, lo cual solo será posible mediante una adecuada planificación que contribuirá a la buena prestación en el servicio y mejor manejo del emprendimiento.

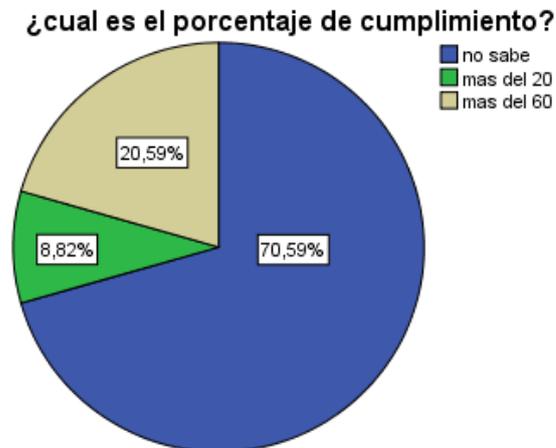


GRAFICO 4: 04.02 CUMPLIMIENTO

Teniendo en cuenta que los emprendedores turísticos no planifican, y por lo tanto desconocen del porcentaje de cumplimiento, debido a la manera empírica en la que realizan el trabajo, es por ello que no llevan en cuenta si la empresa genera pérdidas o ganancias, y más aún desconocen cuáles son las debilidades que deben se deben corregir para mejora de la gestión tanto interna como externa. Por tal razón es importante conocer el cumplimiento dentro de la empresa, lo cual solo será posible si cada acción o mecanismo de intervención que se ejecute conlleve al fortalecimiento de la organización empresarial.



GRAFICO 5: 04.03 RAZONES

En lo que respecta a los motivos de la no planificación y el análisis del cumplimiento se establece según los datos obtenidos que la principal causa el deficiente apoyo por parte de los GADS, ya que los propietarios mencionan que desconocen cómo iniciar el proceso de planificación, y por lo tanto necesitan capacitaciones que apoyen al mejoramiento de los emprendimientos. Por otra parte, se menciona también la falta de presupuesto, y en algunos casos consideran que no es necesario realizar dichas actividades, lo que afecta principalmente a que no exista una constante evolución en el servicio prestado.



GRAFICO 6: 04.04 ASESORÍA PROFESIONAL

Por otra parte se identificó que dichos emprendimientos no cuentan con asesoría profesional, es decir los involucrados en regular el avance turístico de un determinado sector no está trabajando en conjunto con los propietarios de los prestadores de los servicios, lo que se puede evidenciar en el mal uso de los recursos naturales que se encuentran dentro del área de los emprendimientos, ya que muchas veces se busca el beneficio económico sin tomar en consideración el buen uso del medio y promover la conservación, es por ello que es importante que se les brinde capacitación a los propietarios y por ende ellos capaciten a sus colaboradores en que se debe buscar un equilibrio entre lo económico, ambiental y social sin olvidar la satisfacción del consumidor .



GRAFICO 7: 04.05 FUNCIONES

Los dueños de los establecimientos mencionan que las funciones y responsabilidades dentro de la empresa se encuentran debidamente definidas, ya que los colaboradores conocen muy bien sus actividades a realizar, sin embargo al momento de presenciar la prestación del servicio o el manejo de todas las actividades es evidente que el trabajo se lo realiza de manera improvisada, lo que retrasa la atención al cliente. Como se observa en el gráfico un 20,59% piensa que no se requiere definir dichos aspectos para el buen funcionamiento de su negocio, lo cual trae consigo una serie de falencias en la gestión interna. Por ello es importante que las funciones y responsabilidades dentro de la empresa estén debidamente definidas, lo que contribuirá a la mejora en el producto o servicio que se esté ofertando.

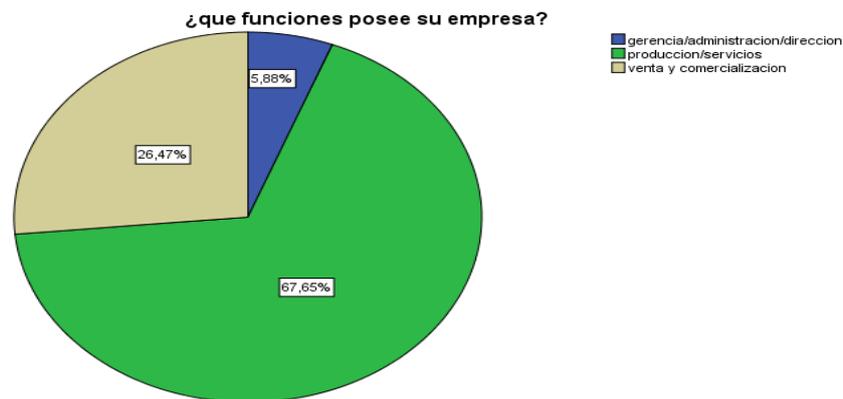


GRAFICO 8:04.06 FUNCIONES DE LA EMPRESA

También se identificó que un 67,65% de los emprendimientos se dedican a la producción de servicio, ya sea un restaurante, hotel o centro recreacional, lo cual es muy bueno porque estas facilidades permitirán que el visitante pueda quedarse por más tiempo en un lugar determinado, pero también conlleva a la realización de un trabajo bien estructurado, ya que si bien es cierto el personal que labora dentro de estos emprendimientos son quienes mantendrán contacto directo con el cliente, por lo tanto deben mantenerse en constante preparación que les permita brindar un servicio de mayor calidad y el cliente desee regresar a ese lugar, y esto beneficiara a la empresa.

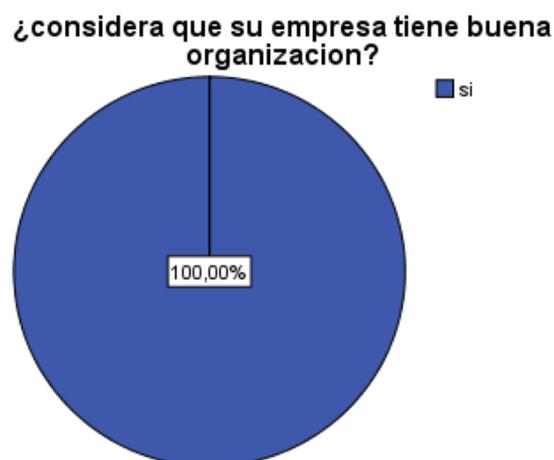


GRAFICO 9: ORGANIZACIÓN

Durante la investigación la totalidad de los encuestados coincide en que cuenta con una buena organización, sin embargo al momento de ingresar a ciertos lugares en calidad de cliente se puede evidenciar que esto no es del todo cierto, ya que en muchas ocasiones un empleado cumple varias funciones, lo que dificulta especialmente en la atención al cliente desde el momento en que llega a solicitar un determinado servicio y el tiempo de espera es muy extenso que muchas veces el cliente debe retirarse del lugar por no haber sido atendido, y esto repercute directamente a la empresa, por ello es de muy importante mantener una buena organización interna.

¿cuantas de las personas que trabajan en la empresa están debidamente capacitados para el puesto?

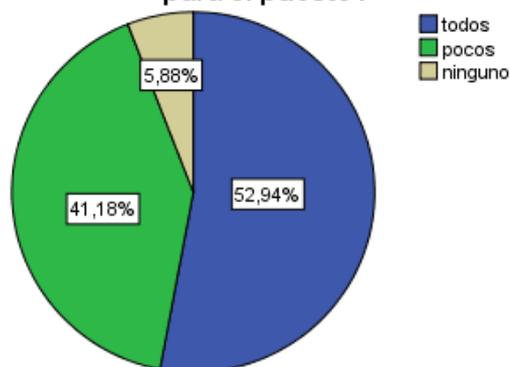


GRAFICO 10: 04.08 PERSONAL CAPACITADO

En base a los resultados obtenidos se determinó que según los propietarios de los establecimientos el simple hecho de saber cocinar y preparar una mesa para recibir al cliente es suficiente preparación para brindar un servicio de calidad, por lo tanto el 52,94% considera que su personal está debidamente capacitado, sin embargo el 41,18% tiene conocimiento de que es necesario la capacitación especialmente en la manipulación de alimentos y técnicas que ayuden a brindar un servicio que satisfaga al cliente, dado que la atención al cliente va acompañado de la presentación tanto del establecimiento como de los colaboradores, es decir deben enfocarse en la imagen externa como en la interna.

numero de empleados con los que cuenta la empresa

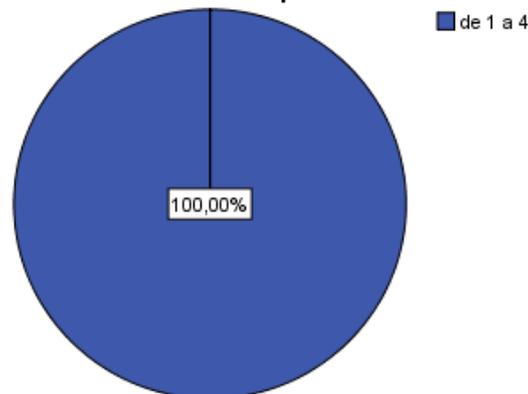


GRAFICO 11: 04.09 NÚMERO DE EMPLEADOS

Debido al poco desarrollo turístico que existe en la zona centro de Manabí se identificó que todos los establecimientos encuestados no cuentan con más de 4 empleados ya que la mayoría de ellos corresponden a negocios familiares y si se requiere un empleado más se lo contrata de forma eventual especialmente en las temporadas que se da el incremento en la demanda, esto se debe principalmente a la falta de innovación y creatividad, ya sea incorporando la cultura local que permita ofrecer más de un producto o servicio lo que les permita mantenerse activos en el mercado actual.

numero de estrategias ejecutadas

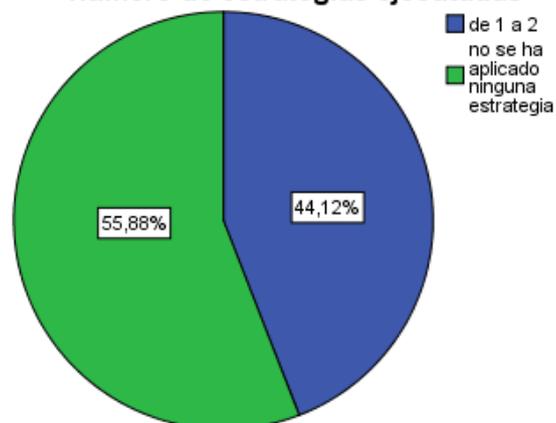


GRAFICO 12 04.10ESTRATEGIAS

Como es evidente en los establecimientos turísticos no se están aplicando estrategias que conlleven al mejor funcionamiento interno y que posteriormente

se vea reflejado en el ámbito externo, mientras que un 44,12% considera que el hecho de hacer que el cliente se sienta como en casa forma parte de una estrategia aplicada, lo que se ve reflejado principalmente durante la temporada de estacionalidad, en el que la llegada de clientes es muy escasa y muchas veces nula, por ello es importante crear estrategias que promuevan mejorara la planificacion y gestion el el proceso turistico lo que mertira el desarrollo competitivo de la empresa.

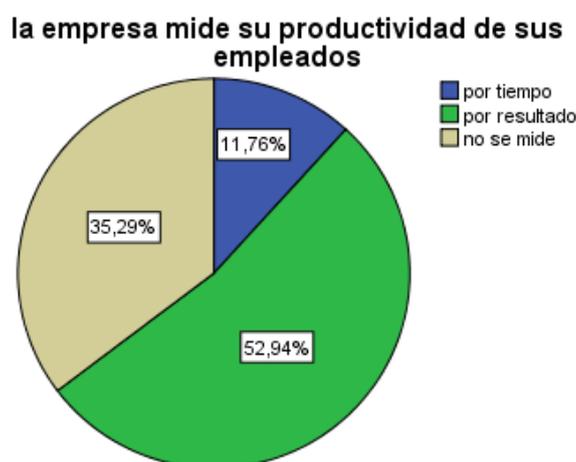


GRAFICO 13: 04.11 PRODUCTIVIDAD DE EMPLEADOS

El 52,94% considera que es más factible medir la productividad de sus empleados por resultado, ya que en base a la acogida que tengan por el cliente, se pueden generar más ventas o en sentido contrario ésta puede disminuir. Mientras que un 35,29 % ha señalado que no mide la productividad de sus empleados. Si bien es cierto el empleado es quien mantienen contacto con el cliente, por lo tanto, el propósito debe radicar en apoyar la capacitación de los empleados para mejorar el funcionamiento de la empresa, y así lograr organizarse para ser más competitivos, diversificar la oferta y sobre todo obtener la satisfacción de sus consumidores.

¿conoce el criterio de sus clientes sobre la calidad de sus productos/servicios?

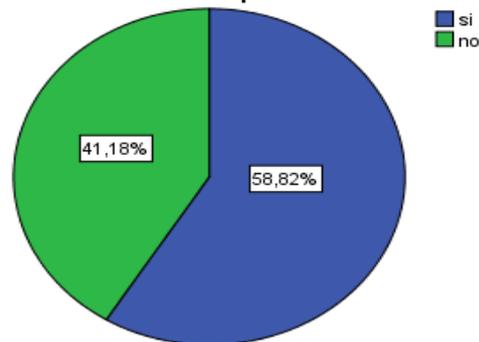


GRAFICO 14:

PRODUCTIVIDAD

04.12 INCREMENTO DE

Un aspecto que debe ser considerado como importante es sobre el incremento de la productividad, ya que según los resultados obtenidos un 52,94% de los emprendimientos no se basa en nada para incrementar sus ventas, esto quiere decir que no buscan el mejoramiento continuo de sus productos o servicios, lo que afecta a la empresa ya que deben conocer que les hace falta para mejorar su producto o servicio, si no continuaran estacados en el mercado sin posibilidades de desarrollo. El 41.18% menciona que es importante conocer los gustos y preferencia de los clientes para incrementar su productividad, ya que el cliente es quien da su aprobación de un determinado producto o servicio, por ello es importante tomar cuenta las sugerencias que el cliente pueda hacer ya sea de forma verbal o escrita.

para incrementar la productividad de su empresa se basa en

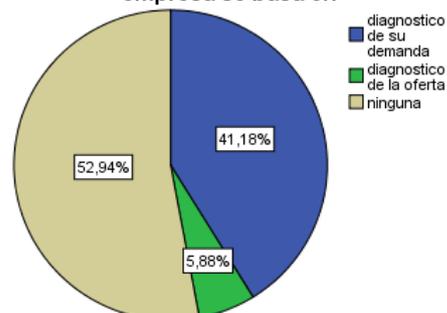


GRAFICO 15: 04.13 CRITERIO DE CLIENTES

En base a los clientes los propietarios aseguran conocer el criterio de sus clientes por el simple hecho de escuchar buenos comentarios con respecto al servicio o producto que se les está ofreciendo, pero esto se lo realiza con cierto número de clientes más allegados, es decir no se realizan una encuesta o un buzón de sugerencias que les permita conocer más acerca de los requerimientos del cliente que visita el lugar por primera vez, dado que un 41.16% no conoce el criterio de sus clientes, lo cual indica que se le está dando poca importancia a éste punto y esto a su vez genera pérdidas de clientes, ya que no se han estudiado sus necesidades, requerimientos ni mucho menos en estandarizar la calidad del servicio para la demanda internacional para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

¿con que frecuencia mide la satisfacción de los clientes?

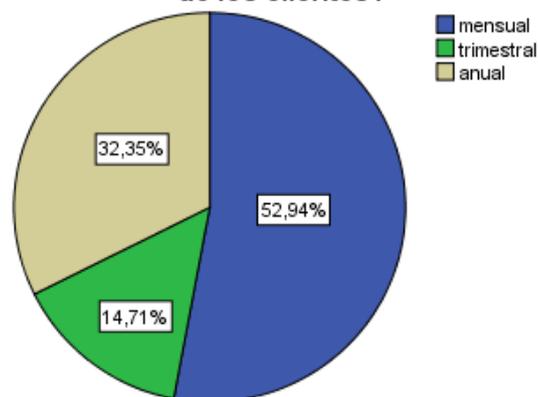


GRAFICO 16: 04.14 FRECUENCIA

Según las encuestas realizadas mensualmente se les pregunta a los clientes si están satisfechos con lo que se les está ofreciendo, pero estos datos no son registrados en un documento oficial de la empresa o muchas veces no se realizan las debidas gestiones para mejorar en lo que en cliente está insatisfecho, por ello es importante que la satisfacción del cliente se la mida día a día, lo cual permitirá ofrecer un servicio más, personalizado de la misma

manera trabajar en los constante cambios que el consumidor requiere, esto no solo facilitará el trabajo si no que contribuirá al incremento de las ventas.

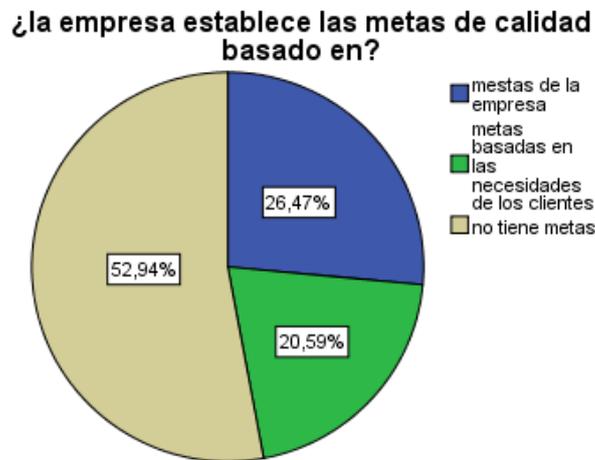


GRAFICO 17: 04.15 METAS DE LA EMPRESA

Este es uno de los principales problemas ya que es evidente que las empresas no establecen metas tal como se puede evidenciar en la gráfica que un 52.94% no tiene metas internas, es decir el trabajo está dirigido a lo que pueda dar el día a día, es decir los esfuerzos no esclarecen los objetivos que se desea alcanzar, por tal razón más difícil desarrollarse como empresa turística y muchas veces esto conlleva al fracaso y cierre de la empresa mientras que un 26.47% indica que se basan principalmente en los en lo que le conviene al negocio, esto indica que no existe una idea de desarrollo local. En tal caso los propietarios deben considerar en establecer metas claras y objetivos alcanzables que les permita desarrollarse como empresa y puedan ser generadoras de empleo.

¿que porcentaje de sus ingresos son por productos y/o servicios turistico?

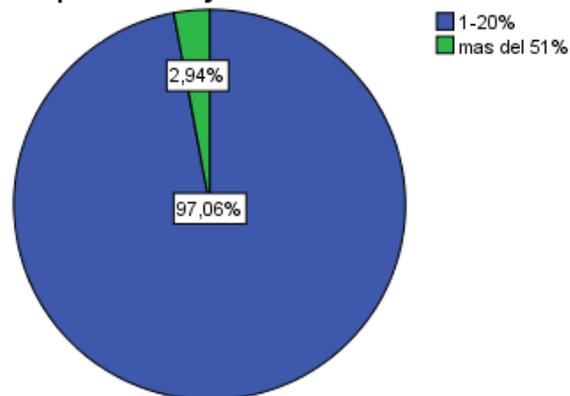


GRAFICO 18: 4.16 INGRESOS

Como se puede evidenciar el hecho de no llevar una planificación técnica de lo que se realiza hace que el negocio no les permita solventar los gastos de los propietarios por lo cual como se puede observar el 97,06% debe realizar otras actividades que generen ingresos económicos a sus familias. Normalmente como son pequeños emprendimientos los propietarios prefieren trabajar con los miembros de su misma familia o personas cercanas del entorno donde están ubicados los establecimientos.

¿cuantas mujeres de su entorno geograficc trabajan en la empresa?

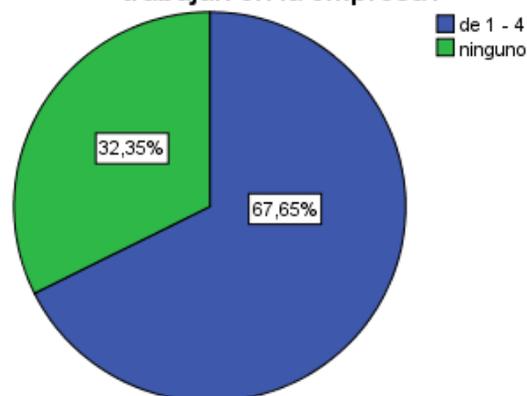


GRAFICO 19: 04.17 MUJERES

Debido al tipo de servicio que ofertan los emprendimientos rurales los propietarios prefieren trabajar con mujeres ya que según ellos conocen más del oficio, esto trae un cambio significativo en el sector ya que se le está dando prioridad al género que muchas veces por falta de oportunidades no ha desarrollado sus capacidades. Mientras que un 32.35% cree que los que pueden cumplir con todas las labores encomendadas son los hombres.



GRAFICO 20: 04.18 CAPACIDADES ESPECIALES

En los establecimientos encuestados se identificó que el 91.18% no ha contratado a una persona con capacidades especiales, mientras que el 8,82% menciona que si cuenta con una persona con dichas referencias pero que normalmente se encuentra dentro del núcleo familiar. Es importante tomar en consideración este aspecto ya que existen personas con capacidades especiales poseen una gran creatividad y traen cambios significativos para la empresa y los clientes.

Para determinar la gestión de los emprendimientos también se tomó en consideración algunos aspectos tanto internos como externos se determinó que a pesar de existir mucho potencial en recursos tanto naturales como culturales y variedad gastronómica, existen varias falencias en la gestión de los emprendimientos radica, en las vías de acceso y señaléticas que permitan al turista poder llegar hasta los recursos y productos que se están ofertando, por lo

tanto existen limitantes en el aprovechamiento de los recursos, lo cual es evidente observando lo descuidado que se encuentran. Pero a pesar de los intentos que hacen pocos emprendedores por mejorar el ámbito turístico, la gestión en los emprendimientos turísticos continúa siendo deficiente, y esto se debe al desconocimiento del potencial que existe, ya que muchos no ven al turismo como un medio de desarrollo local.

Por lo tanto, les resulta difícil a los emprendedores manejarse dentro de un sistema de gestión que busque la implementación de todos los elementos tanto internos como externos, ya sea en la organización y distribución de las actividades dentro de la empresa, como la imagen de los que prestan el servicio, la infraestructura y la innovación constante de lo que se está ofertando. Por tal motivo deben implementarse estrategias de orientación a los emprendedores, las mismas que busquen minimizar las debilidades existentes en la gestión de los emprendimientos rurales, aprovechando las oportunidades que ofrece cada espacio, con el fin de contrarrestar las principales falencias que se ha venido a medida que avanza el sistema turístico y las nuevas tendencias del mercado.

4.1.8 ANÁLISIS DE LA MATRIZ FODA

Para conocer más detalladamente la gestión turística en las zonas rurales de los cantones Bolívar Junín y Tosagua se procedió a la estructuración de la matriz DAFO, mediante la cual se especificaran las falencias y oportunidades que se presentan al momento de llevar a cabo la gestión turística rural en la actualidad.

Para la realización de dicha matriz será necesaria la investigación bibliográfica y entrevistas a los directivos de las parroquias rurales pertenecientes a los cantones Bolívar, parroquia Quiroga Ing. Armin Talledo Intriago parroquia Membrillo Sr. Carlos Intriago Junín Ing. Kléber Solórzano Vera-Alcalde Tosagua, parroquia Ángel Pedro Giler Darwin Ramón Enrique Talledo Intriago presidente y parroquia San José de Bachillero Ec. Carlos García Vera las mismas que se realizaron en el mes de octubre del 2017. Además de la investigación recopilada mediante la investigación de campo, con la finalidad de mantener contacto directo con el área de estudio, ver cuadro 04.02.

CUADRO 12: 04.02. MATRIZ FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Existencia de variedad en recursos naturales y culturales.	Impulso constante por parte del MINTUR con incentivos hacia los GAD para la creación de emprendimientos turísticos
Disponibilidad de servicios básico como: luz, agua y teléfono.	Crecimiento en el segmento de turismo de naturaleza
Existencia de planes de desarrollo y ordenamiento territorial.	Presencia de ONGs.
Fincas con potencial para el agroturismo.	Apoyo e inversión extranjera para nuevos emprendimientos locales
Motivación por parte de los habitantes hacia nuevos emprendimientos turísticos	Existencia de proyectos nacionales que impulsan el desarrollo turístico
Presencia de una gran extensión territorial fértil y productiva en el ámbito agropecuario	Posibilidad de establecer alianzas estratégicas con entidades públicas como: Municipios para promocionar los recursos turísticos
DEBILIDADES	AMENAZAS
Falencia en las vías de acceso a los recursos turísticos	Crecimiento de la inseguridad local
Deficiente aprovechamiento de los recursos naturales existentes	Crisis económica financiera a nivel mundial
Desconocimiento del potencial agro turístico que existe	Competencia turística con servicios similares en parroquias aledañas
Inventario de recursos turísticos desactualizado	Dificultades externas para la creación de nuevos emprendimientos
Escasa información sobre los recursos turísticos existentes en las zonas rurales	Fenómenos naturales tales como: sismos e inundaciones
Deforestación	Deterioro de los recursos naturales (contaminación, caza, deforestación).

Fuente: Elaboración propia

Ponderación para la matriz FODA

0	1	2	3
Nada	Poco	Regular	Mucho

Una vez identificadas cada una de las variables se procedió a dar una valoración que va desde el 0 hasta 3, y posteriormente se realizó la respectiva suma de los

valores tanto horizontales como verticales, y así finalmente conocer el valor total de cada cuadrante y el total general. Tal como se muestra en el cuadro 04.10

CUADRO 13: 04.03 PONDERACIÓN DE LA MATRIZ FODA

	OPORTUNIDADES					AMENAZAS					TG	
	O 1	O2	O3	O4	T	A1	A2	A3	A4	T		
FORTALEZAS	F1	3	2	2	3	10	2	3	2	3	10	20
	F2	2	1	1	3	7	2	1	1	2	6	13
	F3	3	2	2	1	8	1	3	3	1	8	16
	F4	3	2	1	3	9	0	2	2	0	4	13
	F5	2	3	1	0	6	1	1	2	2	6	12
	F6	2	1	2	1	6	1	3	2	1	7	13
	T	15	11	9	11	46	7	13	12	9	41	87
DEBILIDADES	D1	2	1	2	1	6	2	3	0	1	6	12
	D2	3	2	0	2	7	2	2	1	1	6	13
	D3	1	1	2	1	5	1	3	2	2	8	13
	D4	1	1	2	1	5	2	1	3	1	7	12
	D5	2	3	1	0	6	3	2	2	1	8	14
	D6	2	3	2	1	8	1	1	2	3	7	15
	T	11	11	9	6	37	7	12	10	9	38	75
	TG	26	22	18	17	83	14	25	22	18	79	162

Fuente: Elaboración propia

CUADRO 14 : 04. 04: PRINCIPALES VARIABLES DE LA MATRIZ FODA

Fortaleza	F1	Existencia de variedad en recursos naturales y culturales.
Oportunidad	O1	Impulso constante por parte del MINTUR con incentivos hacia los GAD para la creación de emprendimientos turísticos
Debilidades	D1	Falencia en las vías de acceso a los recursos turísticos
Amenaza	A1	Dificultades externas para la creación de nuevos emprendimientos

Fuente: Elaboración propia

4.1.8.1 Análisis estratégico de la matriz FODA

Una vez analizados los resultados obtenidos de la matriz FODA se determinó que las principales debilidades y amenazas tienen relación con las fortalezas y oportunidades. Por lo tanto se deben establecer estrategias de reorientación que aporte a minimizar las amenazas aprovechando las oportunidades, de la misma manera se lo realizara con las debilidades y fortalezas. Mediante la aplicación

del presente modelo de gestión permitirá fortalecer dichas estrategias que conllevaran al desarrollo rural.

Cuadrante para el análisis estratégico

	Oportunidades	Amenazas
Fortaleza	Estrategia ofensiva	Estrategia defensiva
Debilidades	Estrategia reorientación	Estrategia de supervivencia

4.1.8.2 Problema estratégico

Si las dificultades externas para la creación de nuevos emprendimientos continúan en crecimiento, teniendo en cuenta las falencias en las vías de acceso hacia los recursos turísticos y aunque exista el Impulso constante por parte del MINTUR con incentivos hacia los GAD para la creación de emprendimientos turísticos, no se podrán desarrollar la variedad de recursos tanto naturales como culturales en la zona centro de Manabí.

4.1.8.3 Solución estratégica

Conociendo la existencia de variedad de recursos naturales como culturales y aprovechando el impulso constante por parte del MINTUR con incentivos hacia los GAD para la creación de emprendimientos turísticos se puede incrementar la existencia emprendimientos rurales, lo cual permitiría que se le dé mayor importancia al turismo y por ende realizar las gestiones pertinentes con las autoridades que ayuden al mejoramiento en las vías de acceso hacia los recursos turísticos y de esta manera se promueva el desarrollo local.

La presente propuesta mediante el modelo de gestión de emprendimiento contribuirá en el proceso que busca generar cambios social, mediante el conocimiento de las importancia en la gestión rural turística que conlleven a desarrollar el potencial existente, así se incrementaran emprendimientos en el área que se ejecuten, ya que el modelo serviría como medio diferenciador en el mercado turístico actual, lo cual daría paso a u cambio social y crecimiento

económico sostenible para un progreso permanente en la comunidades de la zona centro de Manabí.

Por lo tanto mediante el uso correcto del presente manual se podrán desarrollar nuevas estrategias para llevar a cabo proceso de gestión exitoso entre la entidad a ejecutarse, los profesionales de apoyo y el agricultor y las organizaciones de productos para que estas funcionen colaborativamente y constituyan para un verdadero progreso de las comunidades que se encuentran dentro de los cantones Bolívar, Junín y Tosagua los cuales pueden formar parte como referencia para los demás cantones que conforman la provincia de Manabí.

4.1.7 INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS RURALES.

A continuación se muestra el cuadro 04.12 en donde se detallan los recursos naturales y culturales que existen en la zona centro de Manabí, para lo cual fue necesario la utilización de la ficha de inventario (ver anexo: 03), esta actividad se la llevo a cabo durante el mes de noviembre a diciembre del año 2017 la misma que permite detallar que categoría se encuentran de acuerdo a lo expuesto por el Ministerio de turismo y otros autores, en el siguiente cuadro 04.05.

CUADRO 15: 04.05 INVENTARIO TURÍSTICO DE LOS RECURSOS NATURALES DE LA ZONA CENTRO DE MANABÍ

No.	NOMBRE DEL RECURSO	CATEGORÍA	JERARQUÍA
1	Balneario de agua dulce Los Platanales	Sitio natural	II
2	Balneario de agua dulce Los Almendros	Sitio natural	I
3	Cascada Chapuli	Sitio natural	I
4	Cascada Julián	Sitio natural	II
5	Cerro mil pesos	Sitio natural	I
6	Elaboración de artesanías en barro	Manifestación cultural	I
7	Finca orgánica Sarita	Manifestación cultural/ sitio natural	II
8	Paraje Natural y Cultural Quinta Colina del sol	Manifestación cultural/ sitio natural	II
9	Represa Sixto Duran Ballén	Manifestación cultural	II
10	Elaboración de artesanías en barro	Manifestación cultural	I
11	Balneario la Estancilla	Sitio natural	I

12	Hacienda la esperanza	Sitio natural	II
13	Festividades de san Pedro y san Pablo	Manifestaciones Culturales	II
14	Feria del guariche	Manifestación cultural	II
15	Producción de la caña de azúcar	Manifestación cultural	I
16	Finca el jardín	Sitio natural	II

FUENTE: MINTUR, (2011) Sacón y Vera (2015) Y Basurto (2017)

Una vez recopilada la información para la elaboración del inventario tanto de los recursos naturales y culturales ubicados en la zona centro de Manabí se pudo evidenciar que el inventario realizado por el Ministerio de Turismo se encuentra desactualizado, y los inventarios existentes en los GADS carecen de fundamentos técnicos ya que se les da una jerarquía alta cuando en realidad el recurso no cuenta con todos los requisitos que haga posible dar ese valor.

Además el hecho de no existir el inventario actualizado de los recursos naturales y culturales existentes lo cual dificulta la adecuada planificación turística si se desea implementar un nuevo producto ya sea una ruta, un circuito turístico, etc. dado que sirve como punto de partida para realizar las respectivas evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico local, por lo tanto los inventarios deberían ser actualizados de manera constante lo cual no se está realizando, por lo que la gestión turística rural se está viendo afectada en este ámbito, ya que no existe información válida que da a conocer el estado actual mediante el respectivo detalle con información técnica de la situación en la que se encuentra el recurso, debido a esto no se puede realizar el acondicionamiento necesario acompañado de una excelente promoción que permita el desarrollo local y la información que existente muchas veces resulta errónea ya que no se está trabajando de forma permanente en este campo.

Por lo tanto, para poder realizar el respectivo inventario se tomaron como referencia los recursos encontrados en el MINTUR y de otros dos autores los cuales se muestran a continuación en el cuadro 04.06

Cuadro 16: 04.06 Matriz de recursos turísticos

Recurso	MINTUR	Autor Sacón y Vera (2015)	Autor Basurto (2017)
Paraje Natural y Cultural Quinta Colina del sol	X		
Artesanías en barro	X		
Cascadas chapuli	X		
Balneario de agua dulce platanales	X		
Balneario de agua dulce los Almendros			X
Cascada Julián			X
Finca agroecológica sarita			X
Represa Sixto Duran Ballén			X
Cerro mil pesos			X
Balneario la Estancilla		X	
Haciendas la esperanza		X	
Festividades de san Pedro y san Pablo		X	
Feria del guariche		X	
Producción de la caña de azucar	X		

Fuente: elaboración propia

Una vez elaborado el inventario se ha podido constatar la importancia que implica la actualización del mismo consecutivamente ya que mediante este proceso se puede conocer la cantidad de recursos con los que cuenta la zona centro de Manabí y cada una de sus características los mismos que pueden formar parte de los nuevos emprendimientos ya que debido a sus cualidades naturales y culturales puede constituir un potencial emergente para los involucrados y su entorno.

Por lo tanto la elaboración de este inventario forma parte de un documento entendible que además pueda ser socializado con los interesados en ingresar al como agente turístico de los lugares donde existe potencial ya que podrá ser utilizado como base para la gestión turística y planificación de los emprendimientos ya que permitirá que se puedan desarrollar emprendimientos con una visión clara de lo que se tiene para ofrecer al turista. Estos emprendimientos pueden incluir los recursos naturales que existen ya que son

los más representativos en el área de estudio, como se pudo evidenciar una vez realizado el inventario entre estos atractivos se encuentran:

Los parajes naturales tales como ríos, cascadas y fincas los mismos que han sido tomados como recursos de mayor importancia debido a las características naturales que posee y las facilidades para la implementación de los mismos según las necesidades y sugerencias del turista.

4.1.9 ANÁLISIS DE LAS POTENCIALIDADES

En la zona centro de Manabí existe variedad de recursos naturales, para ello se realizó la matriz de potencialidades, para ello fue necesaria la observación científica, revisión bibliográfica y visitas de campo, con la finalidad de identificar los recursos con mayor posibilidad hacia el desarrollo turístico, los cuales se detallan en el cuadro 04.09 y 04.10.

Para la realización de la matriz se valora la metodología de forma cualitativamente teniendo en cuenta el carácter cultural, ambiental, paisajístico y/o deportivo del sitio, estableciendo una escala del 1 a 3 considerando que moderado (C1) importante (C2) muy importante (C3). A continuación, en el cuadro 04.07 se detalla el aspecto a considerar de cada uno de los recursos turísticos para posteriormente dar valor a cada uno de ellos.

Cuadro 04.07 Definición de caracteres

Carácter	Definición
Cultural	Presencia de elementos y/o aspectos culturales (restos arqueológicos, monumentos, sitios históricos, museos, valores gastronómicos, artesanía, etc.) de reconocido interés turístico, evaluándose éste
Ambiental	Abundancia o presencia cuantitativa y/o cualitativa de elementos y/o efectos ambientales (climáticos, hídricos, forestales, etc.) de interés turístico.
Paisajístico	Abundancia o presencia cuantitativa y/o cualitativa de elementos de valor paisajístico y posibilidades de observación (escenarios atractivos, miradores, singular confirmación física, etc.)
Deportivo	Posibilidades o existencia de prácticas y/o eventos deportivos de cualquier tipo, pero de interés turístico, evaluándose éste (en la tabla de inventario).

Fuente: Villegas 2000

La segunda tabla de variables consideradas se ha centrado en una serie de atributos que se entiende oportunos y de evaluación factible.

Se determina pertinente la clasificación del 1 al 4 en la valoración de atributos, según los siguientes criterios: Dinámica, utilización, accesibilidad, equipamiento turístico, donde (d1) emergente (d2) consolidada (d3) consolidada y en expansión (d4), tal como se muestra en el siguiente cuadro, 04.08.

CUADRO 17: 04. 08 DEFINICIONES DE ATRIBUTOS

Atributos	Definición
Dinámica	Situación actual y perspectivas de la actividad turística del lugar considerado.
Utilización	Afluencia potencial o real de visitantes o usuarios del recurso turístico del lugar considerado.
Accesibilidad	Posibilidades actuales de acceder al lugar turístico considerado en función de la red viaria, principalmente, aunque en ciertos casos se tenga en cuenta otros medios (ferrocarril, puerto, aeropuerto).
Equipamiento turístico	Nivel dotacional con que se cuenta en la actualidad en el lugar considerado

Fuente: Villegas, 2000

Unas ves determinado los aspectos y el valor que se va a considerar en la matriz de potencialidades, y de esta manera conocer el recurso con mayor interés turístico. A continuación, se detalla en el cuadro 04.09

CUADRO 18: 04.09 MATRIZ DE POTENCIALIDADES

N°	Atractivo y/o recurso	Carácter				Atributos				Total
		C	A	P	D	D	U	A	E	
1	Balneario de agua dulce Los Platanales	1	1	1	2	2	2	2	2	12
2	Balneario de agua dulce los almendros	1	1	1	1	1	2	2	1	10
3	Cascada chapuli	1	2	1	1	1	1	2	1	10
4	Cascada Julián	1	2	2	2	2	1	2	1	13
5	Finca orgánica Sarita	2	1	3	2	2	3	2	3	18
6	Balneario la Estancilla	1	1	1	1	1	3	2	1	11
7	Hacienda la esperanza	1	2	3	1	1	2	2	2	14

8	Finca el jardín	1	1	2	1	2	3	2	2	14
9	Producción de la caña de azúcar	2	1	1	1	3	2	3	1	14

Fuente: Elaboración propia.

Una vez evaluados cada uno de los aspectos en consideración, se procede a la elaboración del siguiente cuadro, mediante el cual se toman en cuenta los atractivos y/ o recurso con mayor relevancia y potencial para la práctica del turismo rural. Teniendo presente que si el puntaje es mayor o igual a catorce se lo denomina con mayor potencial, mientras que los menores o igual a trece se los considera en potencial emergente. Tal como se muestra en el siguiente cuadro 04.10

CUADRO 19: 04.10 RESULTADO DE POTENCIALIDADES

Recurso	Valor	Potencialidad
Finca orgánica Sarita	18	Mayor potencial
Hacienda la Esperanza	14	
Finca el jardín	14	
Producción de la caña de azúcar	14	
Cascada Julián	13	
Balneario de agua dulce los platanales	12	Potencial emergente
Balneario la estancilla	11	
Balneario de agua dulce los almendros	10	
Cascada Chapulí	10	

Fuente: Elaboración propia

Como se ha podido identificar en el cuadro anterior la mayor prioridad debido a las facilidades que pueden ofrecer a los turistas que acudan a cada uno de estos recursos se encuentra en la finca orgánica Sarita, hacienda la Esperanza, finca el jardín, producción de la caña de azúcar y la cascada Julián, seguido de los recursos con menor índice de desarrollo, tales como: el balneario de agua dulce los platanales, balneario la Estancilla, balneario de agua dulce los almendros y la cascada Chapulí.

A continuación, se detallan las actividades que se realizan en cada uno de estos recursos con mayor potencial.

Finca orgánica Sarita

La finca sarita se encuentra ubicada en la comunidad de San Miguel de Sarampión de la ciudad de Calceta, la cual se encuentra a 10 minutos de la comunidad de Guabal y a 20 minutos de la ciudad de Calceta.

Esta finca está destinada principalmente a las actividades del turismo rural lo cual también consiste en la sostenibilidad con el desarrollo del agro-turismo, conservación y exposición de la cultura Manabita y capacitación en permacultura y costumbres ancestrales.

También está enfocada en el sembrío de paltas tanto medicinales como ornamentales y frutales, por lo tanto los voluntarios que acuden hasta este lugar pueden participar en varios proyectos que se llevan a cabo para fomentar la sostenibilidad. Entre las actividades que pueden desarrollar los voluntarios se encuentran:

- Aprender cómo hacer chocolate y vinagre de plátano
- Prepara y cuida las plantas en el vivero que luego serán donadas a las comunidades aledañas
- Ayudar a construir casas ecológicas para los animales de las granjas.

También cuenta con cabañas las mismas que están destinadas al hospedaje para el turista que pernocta, las cuales poseen cocina, sala comedor y recibidor construido con materiales del medio, dentro de la finca se puede disfrutar de la maravillosa flora y fauna, además de poder ingresar a las cabañas que se encuentran en las copas de los árboles, las cuales sirve de mirador y relajación en un ambiente natural.

Producción de la caña de azúcar (cantón Junín- sitio agua fría)

Junín es una de esas verdes ciudades que son parte de la geografía Manabita. Es conocida como la tierra de los cañaduzales ya que es un lugar rodeado de cultivos de caña de azúcar, gente amable y rica en agricultura.

Entre los lugares más visitados por los turistas es el sitio agua fría donde se fabrican, panelas, alfeñiques y aguardiente, para la producción del aguardiente existen fábricas donde dan a conocer el proceso de la elaboración del mismo iniciando por la plantación hasta la filtración del producto, de la misma elaboración del aguardiente se extrae un jugo llamado guarapo el mismo que ayuda a la elaboración de la panela, la cual es muy utilizada por los habitantes y solicitada por el visitante.

También existen varias tiendas de licores especialmente a lo largo de la carretera principal donde se puede adquirir este producto conocido comúnmente como “currincho” el cual puede ser solicitado en diferentes sabores ya será de: coco, menta, chocolate, grosella, etc.

A lo largo de la carretera también se pueden encontrar pequeños emprendimientos, los mismos que ofertan demás del aguardiente preparado, también ofrecen los deliciosos bizcochuelos, los mismos que son elaborados de forma tradicional usando el método de cocción ancestral utilizando un horno de leña.

Hacienda la esperanza cantón Tosagua

Esta hacienda se encuentra ubicada en el cantón Tosagua conocido como el corazón de Manabí, debido a las cualidades del entorno que posee puede ofrecer al turista la facilidad para la realización de variedad de actividades en un ambiente rural y natural , entre estas actividades se encuentran:

Senderismo, el cual permite al visitante poder apreciar la variedad de flora y fauna existente en el lugar de igual forma se puede realizar la actividad del camping ya que posee áreas despejadas que permiten el disfrute del entorno, además de las actividades antes mencionadas se puede realizar cabalgatas, degustar de la gastronomía típica del lugar, disfrute de las cascadas ríos y bosques, entre otros.

Teniendo presente la existencia de estos recursos que poseen riqueza tato natural como cultural se pueden desarrollar nuevos emprendimientos siendo

este el principal objetivo de la presente investigación ya que se pueden crear rutas turísticas que involucren los recursos existentes en las áreas rurales de las zonas centro de Manabí, para ello será necesario la creación de sitios de restauración deben estar situados en los lugares turísticos para que el turista pueda satisfacer su necesidad de alimentación, de la misma manera se pueden crear sitios de alojamiento para que el visitante pueda quedarse por más tiempo a disfrutar de la belleza paisajística y de las actividades que involucra el turismo rural, por otra parte deben implementarse actividades recreativas tales como: cabalgata observación de flora y fauna, proceso en la preparación de platos típicos, ciclismo de montaña etc., estas actividades deben estar enfocadas según el segmento de mercado al cual estén dirigidos los nuevos productos.

Además las fincas deben extender la variedad de la gastronomía típica e incrementar la adecuación de los alrededores con plantas ornamentales las mismas que se están perdiendo con el ingreso de las nuevas generaciones, para ello es importante que se den ferias en las que se puedan ofertar los productos tradicionales existentes, y promover la realización de talleres para que los jóvenes no pierdan las costumbres manabitas, aprovechando la existencia de los recursos tanto naturales como culturales, y tener presente que los proveedores sean locales y que el personal que se contarte en los nuevos emprendimientos también lo sean la, ya que esto contribuirá al mejoramiento socioeconómico de la zona.

4.10. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y OPERACIÓN

De acuerdo a la información obtenida se determinó que la zona centro de Manabí cuenta con una oferta basada en recursos e infraestructuras, los cuales están disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas: Entre estos se puede identificar 26 lugares de restauración, además de 5 sitios de alojamiento y 9 sitios de esparcimientos, los mismo que forman parte de emprendimientos familiares, los cuales se detallan a continuación en el cuadro 04.11.

Cuadro: 04.11 oferta turística cantón Bolívar

Tipo de establecimiento	Nombre de los establecimientos	Dirección	Capacidad
Centro recreacional	San Ramón	Calceta vía Junín	450 Clientes
Centro recreacional	El regocijo	Calceta vía Chone	450 Clientes
Centro recreacional	Quinta linda	Calceta	400 Clientes
Centro recreacional	Quinta el Rocío	Calceta	200 Clientes
Centro recreacional	El Cipriano	Calceta, vía a platanales	320 Clientes
Restaurante	GRACIMAR	Calceta	40 Clientes
Restaurante	Mesón cajero	Calceta	40 Clientes
Restaurante	Laurita	Calceta	30 Clientes
Restaurante	Cubichería Sol de Manta	Calceta	20 Clientes
Restaurante	Asadero Esquina de Ales	Calceta	20 Clientes
Restaurante	Pizzería Mama Yina	Calceta	30 Clientes
Restaurante	Encebollados el Nato	Calceta	35 Clientes
Restaurante	Chavito	Calceta	30 Clientes
Restaurante	Mami Nina	Calceta	30 Clientes
Restaurante	La Olla	Calceta	35 Clientes
Restaurante	Bar Cipriano	Calceta	35 Clientes
Restaurante	Domingo criollo	Calceta	30 Clientes
Restaurante	Comedor San Luis	Calceta	20 Clientes
Hotel / Restaurante	El Mango	Calceta, vía Tosagua	25 Clientes
Hotel / Restaurante	Carrizal Inn	Calceta	25 Clientes
Hotel	Calceta	Calceta	12 Clientes
Hotel	Cacao	Calceta	50 Clientes
Hotel	Mi hotel	Calceta	20 Clientes
Hostal	Galicia	Calceta	15 Clientes
Hostal	Bolívar	Calceta	15 Clientes

Tipo de establecimiento	Nombre de los establecimientos	Dirección	Capacidad
Restaurante	Comedor Rosita	Calle 10 de agosto	40 Clientes
Restaurante	Restaurante Pablito	Calle 10 de agosto	14 Clientes
Restaurante	Restaurante Carjuage	Calle 10 de agosto	20 Clientes
Restaurante	Restaurante Barcasa	Calle Eloy Alfaro y principal	60 Clientes
Restaurante	Restaurante Navesska	Calle Eloy Alfaro	32 Clientes
Hostal	Hostal Abigail	Coronel García	40 Clientes
Centro de recreación	Quinta recreacional Gisol	Continuación de la Eloy Alfaro	600 Clientes
Centro de recreación	Piscinas San Carlos	Continuación de la Eloy Alfaro	100 Clientes

Fuente: Elaboración propia

Sin duda alguna la oferta turística de un lugar determinado se lo determina como un aspecto de suma importancia cuando se desea promocionar y desarrollar el potencial turístico existente, la oferta permitirá cubrir las necesidades del turistas,

ya que por medio de esta el visitante podrá pernoctar por una o más noches además de poder satisfacer la necesidad de alimentación y recreación.

Además el turismo rural esta direccionado a un tipo de turistas que actúa de una forma consciente con el ambiente, por lo tanto la oferta turística debería estar enfocada en el uso de la arquitectura popular con la finalidad de promover la recuperación y conservación del patrimonio rural, lo cual no se puede evidenciar en la oferta turística rural de los cantones Bolívar Junín y Tosagua ya que esta oferta está conformada por: Alojamiento, centros de recreación y restaurantes los mismos que presentan características convencionales y es evidente que no se está utilizando, además no se puede evidenciar la conservación de los materiales del medio tales como puntos de ventas de artesanías y en algunos de estos establecimientos no se oferta la platos típicos basados en la gastronomía local ya que se está optando por copiar tomar costumbres de otros países y ciudades.

Por otra parte en el ámbito de la operación se ha podido identificar que no se está manejando de forma adecuada ya que al momento de visitar los establecimientos muchas veces en los hoteles solo esta una persona encargada tanto de la recepción como del resto de las actividades, por ello al momento de llegar un huésped debe esperar mientras la persona encargada se desocupa de hacer otras actividades, además muchas veces las habitaciones no están habilitadas para el uso del cliente, lo cual hace que el cliente no se sienta bien atendido desde el momento de su llegada, también se puede observar que Las habitaciones no se las está acondicionando con materiales del medio para que el turista puedas realizar otras actividades además de dormir, lo cual variaría la oferta en el mercado.

Como es evidente la oferta turística de los cantones Bolívar Junín y Tosagua que necesita ser diferenciada, partiendo desde la elaboración de los mismos teniendo presente el cuidado de los detalles mediante el uso de materiales ancestrales y realizar la decoración de estos establecimientos aprovechando los materiales de la zona donde se encuentren ubicados, lo cual despertaría el interés por el visitante y lo diferenciaría de las construcciones urbanas.

Además otro aspecto muy relevante en el cual debe de mejorarse es el la preparación del personal que mantiene contacto con el cliente, teniendo presente que de este aspecto depende mucho la satisfacción del cliente, por lo que el personal debería atender con más amabilidad a los clientes habiendo que la atención sea más personalizada y gestionar el tiempo de esperar de los clientes, ya que cada uno de estos detalles podría atraer los clientes potenciales que formarían parte del desarrollo turístico rural e la zona centro de la provincia de Manabí.

Se ha identificado que en el área rural existen emprendimientos en diversas áreas de los servicios ya sean estos: Hospedaje, alimentación y centro de recreación, los cuales se han desarrollado en base a una necesidad que tienen los emprendedores, con la intención de superarse en el ámbito empresarial por lo que muchos de estos emprendimientos carecen de organización, planificación y gestión adecuada antes durante y después de que estos sean puesto en marcha, además de contar con un bajo presupuesto de financiamiento e inversión para el inicio de las actividades que conlleva el emprendimiento por lo que muchas veces son asociaciones familiares teniendo presente que se les vuelven un poco difícil acceder a préstamos bancarios, dadas las circunstancias y el bajo presupuesto que les queda cada una de estas organizaciones cuneta con un número de empleados no mayor a cuatro los cuales deben hacer más de una actividad al mismo tiempo.

Además, la infraestructura que poseen muchas veces dificultan las actividades diarias ya que en épocas altas suelen ser espacios muy reducidos para el desenvolvimiento de los empleados, lo cual dificulta la eficiencia en el servicio. Por otra parte es difícil la creación o innovación de productos adicionales a los que ofrecen ya que señalan que los pocos empleados que poseen están ocupados en sus labores que no tienen tiempo para desarrollar otras actividades y mucho mejor generar productos, además señalan que contratar alguien más para que desarrolle algo nuevo implica gastos por lo que las pequeñas y medianas empresas no cuentan con el capital suficiente para solventar dichos gastos, por lo tanto el servicio y/o producto se vuelve convencional y sin variedad.

Todos estos acontecimientos se están dando principalmente por la falta de conocimiento sobre cómo implementar productos y/o servicios sin la necesidad de invertir mucho, ya que se le puede dar prioridad a los materiales existentes o la búsqueda de otros socios locales, haciendo un enlace entre lo que ofrece otro emprendedor y lo que ha venido ofreciendo la empresa lo cual formaría una red de asociación rural que no solo beneficiaría a un solo emprendedor si no que el beneficio sería para toda una comunidad, dando como resultado un desarrollo integrados de los recursos existentes en la zona centro de Manabí.

Para realizar una gestión adecuada de los nuevos emprendimientos turísticos rurales en base a las necesidad del cliente actual, cuyo propósito es contribuir al desarrollo sostenible del turismo a través del mejoramiento del funcionamiento tanto interno como externo e incrementando la capacidad y competitividad de los pequeños medianos y grades emprendimientos situadas en los distintos recursos turísticos con mayor potencial, ya que existe un pequeño flujo de demanda, pero debido a la falta de profesionalismo en el área los nuevos emprendedores requieren apoyo para mejorar la planificación dentro de la gestión, lo cual les ayuda a ser más competitivos, diversificar la oferta con un valor agregado a cada uno de los emprendimientos que se generen, para así llegar a nuevos mercados de forma positiva.

4.11. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para determinar el perfil de turista que visita la zona centro de Manabí se realizó una encuesta a 196 turistas mediante una población desconocida, ya que no existe estadísticas del número de turistas que llegan a la zona de estudio sobre las cuales se podría realizar la muestra. Esta entrevista se la realizó el fin de semana ya que es donde el turista más acude a los distintos recursos existentes. Esta encuesta se la realizo con la finalidad de conocer las preferencias del visitante y el gasto promedio que estos realizan al momento de escoger un destino y en base a esto se creen nuevos emprendimientos que fomenten el desarrollo local. A continuación, se muestran los resultados mediante el análisis de las preguntas realizadas, en el cuadro 04.12.

CUADRO 20: 04. 12 MATRIZ DEL PERFIL DEL VISITANTE

NACIONALIDAD	Ecuatoriana/o
EDAD	22-30
ESCOLARIDAD	Secundaria
OCUPACIÓN	Estudiante
MOTIVO DEL VIAJE	Otros
TIEMPO DE PERMANENCIA	4-7 días
COMO VIAJA	Acompañado
MEDIO DE TRANSPORTE	Bus público
RECURSOS TURÍSTICOS VISITADOS	Balnearios de agua dulce
INTERÉS EN VISITAR LOS RECURSOS	Poco
ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR	Turismo de aventura
MEDIOS DE INFORMACIÓN	Internet
GASTOS PROMEDIO	No más de 100 dólares

Fuente: Elaboración propia

En base a las encuestas realizadas se ha identificado que la zona centro de Manabí la tipología de turistas es nacional por lo tanto la oferta internacional no se le está dando la debida atención ya que los pocos extranjeros que acuden a los recursos existentes en esta área no han viajado específicamente a visitar estos espacios, ya que sus motivos de viajes son muy ajenos a la actividad turística rural, mientras que la edad promedio es entre los 22 y 30 años, lo que representa un tipo de turismo dirigido a los jóvenes que desean conocer y disfrutar de los desafíos de la naturaleza.

Cabe destacar que este tipo de turista es estudiante aun por lo tanto se debe analizar el hecho de que un no cuenta con un sueldo para cubrir gastos altos en un lugar turístico determinado, por lo que normalmente viajan acompañados o en grupos y buscar comparar paquetes grupales con actividades que demande mucha energía con un bajo costo ya que sus gastos promedio no debe superar los 100 dólares diarios, por lo que sus mayor interés son los recursos naturales donde se pueda practicar el turismo de aventura, dado el uso masivo de la tecnología y el tipo de visitante joven que frecuenta el centro de la provincia el turista prefiere que los productos a ofertar se los realice especialmente por medio del internet ya que es el medio en el que se desenvuelven sus actividades diarias, lo cual facilitaría la promoción de los recursos y/o productos de una forma

más rápida lo cual no solo beneficiaría a turista nacional si no también se incrementaría la llegada de los turistas extranjeros.

4.12. DESARROLLO DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

Para desarrollar productos turísticos que revitalicen la cultura local y cumplan las expectativas de la demanda, deben contener un aserie de características que incorporen conocimientos, valores y destrezas tradicionales de las comunidades participantes en los distintos servicios que se implementen en los emprendimientos que se generen.

Por tal razón es indispensable tener conocimiento de las expectativas y disponibilidad de gastos de los clientes tal como se lo ha realizado en el estudio de la demanda. De la misma manera es indispensable conocer el interés de las operadoras en comercializar los nuevos productos turísticos. Para esto es necesario conocer las principales características para el desarrollo de productos en la zona centro de Manabí.

En base a las necesidades expuestas anteriormente las se ha podido evidenciar claramente que dentro del área de estudio no se están generando productos y/o servicios que cumplan con las expectativas del cliente, ya que a pesar de la gran variedad de recursos turísticos tanto naturales como culturales que se encuentra presente en la zona, consecuentemente se han venido dejando a un lado la motivación hacia la conservación de estos recursos, ya que la tradicional planificación turística se ha interesado con mayor énfasis a los beneficios económicos que puede traer la demanda a ciertos lugares ya conocidos dejando un lado el otro potencial turístico que existe. Otra de las razones por la que es limitado el desarrollo de productos turísticos es el desconocimiento sobre lo que la demanda desea obtener de un producto turístico o destino, por lo tanto, no se le está dando la debida valorización a los recursos existentes, para así poder implementar las instalaciones sin afectar el medio teniendo, para así poder enfocarse en los manejos de los mínimos detalles de calidad en todos los servicios que se ofrezcan.

Además uno de los grandes retos que se presentan al momento de crear productos turísticos es que no existe un trabajo en conjunto entre los sectores productivos existentes en las áreas rurales que impulsen establecer redes de colaboración integrados con los diferentes prestadores de servicios, por lo tanto no se crean estrategias para crear un ámbito de servicios donde cada uno de los propietarios ofrezca sus productos, instalaciones y servicios, lo cual hace que vean al turismo como una actividad aislada en el marco general del desarrollo de un territorio, lo cual no les permite integrar y aprovechar oportunidades, estructuras y recursos para construir nuevas modalidades productivas en el ámbito turístico.

Cada uno de estos aspectos hace que sea difícil el desarrollo de nuevos productos turísticos y su intersección en un mercado determinado donde existen variedad de ofertas, ya que implica necesariamente crear productos novedosos mediante la imaginación y creatividad para que estos sean diferenciadores en el mercado para que estos se posicionen en la mente del consumidor. Por lo tanto, en las parroquias rurales de los catones Bolívar, Junín y Tosagua las pocas ofertas existentes no son diferenciales y por consiguiente fácilmente sustituibles. Entre las pocas ofertas existentes en esta área y que está implementado el área en base a los recursos existentes y las necesidades del turistas se encuentra la estancia de don Vicho como centro recreacional ubicado en la parroquia Ángel Pedro Giler- la Estancilla, la cual además de ofrecer servicio de recreación ofrece alimentación y lo que últimamente se está implementando es el servicio de hospedaje con infraestructura tradicional mediante la caña y el cadí, además de trabajar constantemente en la capacitación de sus colaboradores para que así puedan brindar un servicio de calidad a los consumidores tal como lo muestran las imágenes a continuación:



ILUSTRACIÓN 2 CABANAS DE HOSPEDAJE



ILUSTRACIÓN 2 CABANAS DE HOSPEDAJE



ILUSTRACIÓN 5 BOSTES DE BASURA ECOLÓGICOS



ILUSTRACIÓN 4 ÁREA DE JUEGOS DE PARA NIÑOS



ILUSTRACIÓN 3 ÁREA DE RESTAURACIÓN



ILUSTRACIÓN 6 ENTRADA AL CENTRO RECREACIONAL

4.13. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

Mediante la ficha de comercialización aplicada a cada uno de los establecimientos que brindan servicio turístico, o estén creando un producto innovador, ya que es indispensable la comercialización, para garantizar la sostenibilidad económica del proceso. Por lo tanto se ha podido constatar que en el área rural debido al desconocimiento no se están aplicando estrategias de marketing que aporte al incremento en las ventas de los productos emergentes

o servicios que se esté ofertando dentro del área de estudio, además no se le está dando prioridad a la creación de ferias turísticas para que acudan estos emprendimientos y puedan ofrecer los recursos y servicios existentes lo cual afecta considerablemente a los cambios contemporáneos especialmente en la tecnología, lo cual requiere de innovación continua de lo que se está ofreciendo, a su vez los propietarios de los pequeños o medianos emprendimientos no están adaptando sus empresas a las modificación del entorno y necesidades del turista actual.

Por otra parte propietarios señalan que muchas veces el factor económico juega un papel importante en este aspecto ya que no cuenta con capital suficiente para crear el diseño e imagen de su microempresa para luego promocionarlo a través de las redes sociales ya que son las más usadas en la actualidad, consecuentemente a pesar de existir variedad en recursos estos muchas veces no son conocidos ni por los habitantes de la misma parroquia o comunidad donde se encuentran ubicados, la falta de incentivos para los colaboradores para que aporten en la comercialización del recurso o servicios es un aspecto que también debilita el compromiso de todos en hacer crecer a una parroquia en el ámbito turístico, también se puede evidenciar que no se están manejando el ámbito de las ofertas especialmente para grupos o eventos que se deseen realizar dentro de las instalaciones, lo cual disminuye la probabilidad de generar más ventas especialmente en épocas de estacionalidad en el mercado.

Por tal razón hace falta más interés por parte de los propietarios por tener en cuenta las necesidades y cambios constantes en el mercado para poder incrementar las ventas y lograr cambios significativos en el territorio. Por ello los actores involucrados en el ámbito turístico deben dar más importancia a la promoción de los recursos turísticos existentes, mediante ya realización de ferias donde los propietarios de los emprendimientos turísticos puedan dar a conocer la oferta a los visitantes, así mismo teniendo presente los medios de comunicación en especial la tecnología mediante el uso de internet, se puede actualizar la información de los recursos mediante fotografías e información en las páginas turísticas de cada uno de los cantones, ya que en muchas ocasiones esta la información que se puede encontrar es desactualizada lo cual desorienta

al turista. También se pueden hacer publicaciones a través de las redes sociales como Facebook, Instagram, etc. y así dar a conocer el estado actual de los recursos y las actividades turísticas que ellos se pueden realizar.

4.3. FASE 3. PROPUESTA DEL MODELO DE GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL.

El presente modelo de gestión contribuirá a la mejora en la planificación de los recursos naturales y a través del análisis de la oferta, y demanda actual y potencial, a través de la participación de los distintos agentes implicados, al mismo tiempo las estrategias que se presentan a continuación podrán ser ejecutadas tanto en emprendimientos existentes y los que se lleven a cabo en el futuro, lo cual también contribuirá a la integración de las comunidades receptoras, por tanto aportará a la mejora en las condiciones de vida y trabajo de los habitantes de las áreas rurales donde existe potencial.

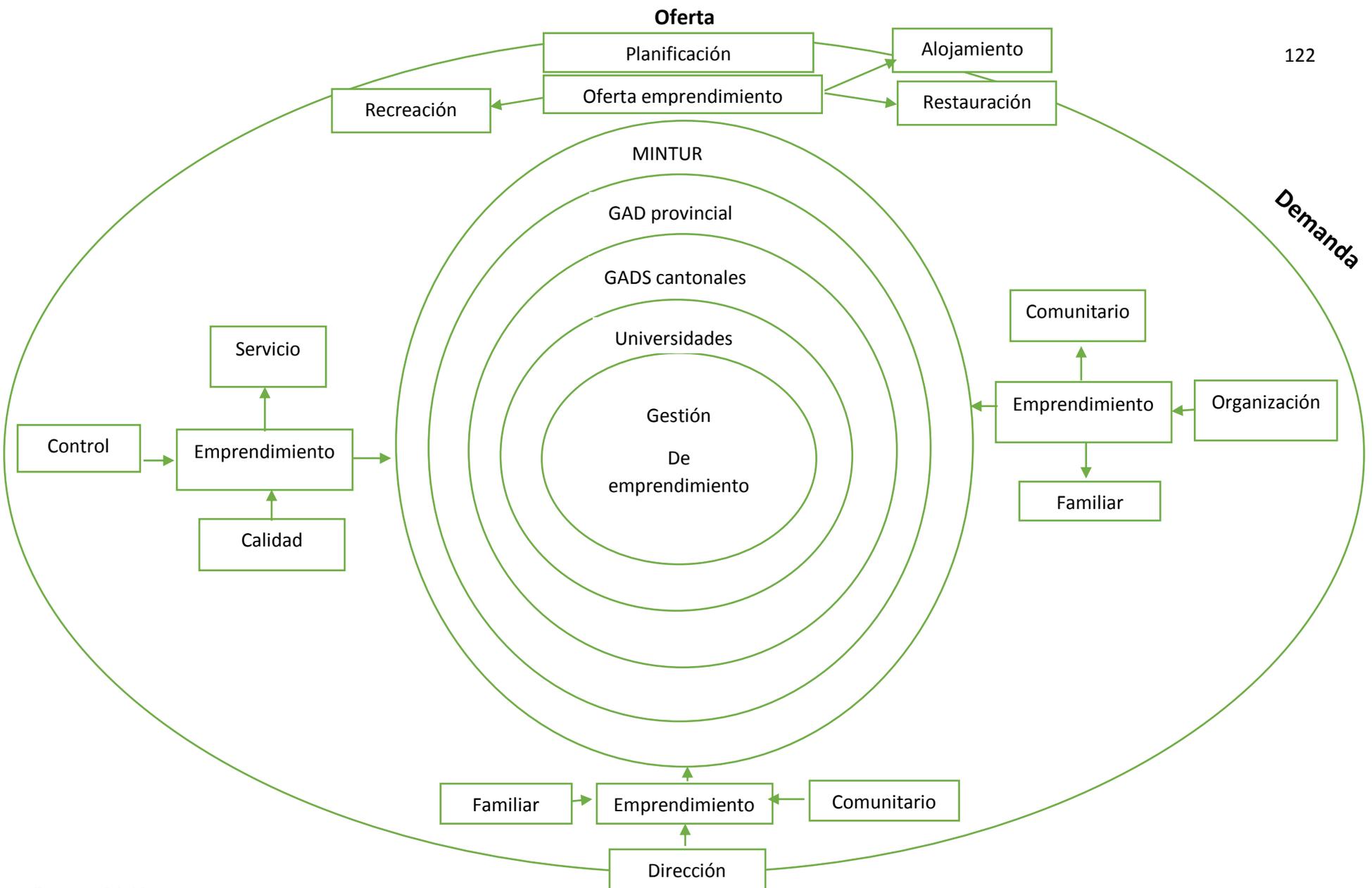


Grafico 04.19: Modelo de gestión de emprendimiento
Fuente: Elaboración propia

4.3.1 OBJETIVO

Promover el desarrollo local de forma exclusiva, a través del turismo sustentable, que promueva estrategias a favor de las comunidades con iniciativas de emprendimientos que involucren a los pobladores en la gestión turística rural e la zona centro de Manabí.

4.3.2. MISIÓN

Desarrollar estrategias que fortalezcan las potencialidades turísticas rurales, gestionando eficiente y eficazmente, a fin de fomentar capacidades de emprendimiento que fomente el desarrollo, y así brindar servicio de calidad acorde a las necesidades del turista, consolidando de forma integrada una red de iniciativas locales en la zona centro de Manabí.

4.3.3. VISIÓN

Consolidar el turismo rural como una actividad recreativa, económica y social, constituyéndose como un referente de desarrollo local organizado, mediante un vínculo entre los actores públicos, privados y comunidades locales para la gestión turística de productos de calidad, a través de metas claras y plazos definidos que contribuyan al desarrollo sostenible y sustentable de la provincia de Manabí.

4.3.4. VALORES CORPORATIVOS

Mediante los siguientes valores corporativos del modelo se promueve el buen manejo y planificación de las actividades turísticas rurales.

- **Cooperación:** Entre los diferentes agentes dinamizadores del territorio en la planificación y ejecución de las medidas a tomar.
- **Compromiso con la organización:** cumplir y estar comprometidos con la visión y esfuerzo continuo para cumplir con excelencia la misión.
- **Sensibilización:** sensibilizar a los agentes involucrados acerca de la importancia de preservar los recursos para lograr buenos resultados.

- **Eficacia y eficiencia en la gestión de los recursos humanos, económicos y técnicos:** fortalecer la capacidad en la gestión para una buena planificación en los procesos para la creación de nuevos emprendimientos.

4.3.5 METAS CORPORATIVAS

- Contribuir en el desarrollo de planes de formación en el ámbito turístico hacia las partes involucradas.
- Crear vínculos de asociación entre los emprendedores rurales.
- Protección física del entorno mediante la adecuación de senderos.
- Promover la utilización de métodos ancestrales en la producción de los servicios turísticos para reducir los impactos ambientales
- Fomentar el turismo rural en la zona centro de Manabí.
- Promover la conservación y desarrollo de los recursos naturales y culturales.
- Implementar acciones que aporten a la promoción turística rural.

4.3.6 ESTRATEGIAS DEL MODELO DE GESTIÓN SOSTENIBLE

Para la determinación de las siguientes estrategias se tomó como referencia los resultados obtenidos mediante el análisis de la gestión actual de los emprendimientos existentes, también se tomó en consideración los resultados de la matriz FODA, para luego establecer las estrategias, objetivos y actividades correspondientes que ayudarán a realizar un proceso más eficaz en la planificación y gestión turística para el correcto manejo de los recursos naturales en base a las necesidades encontradas en el área de estudio. Ver gráfico 04.20

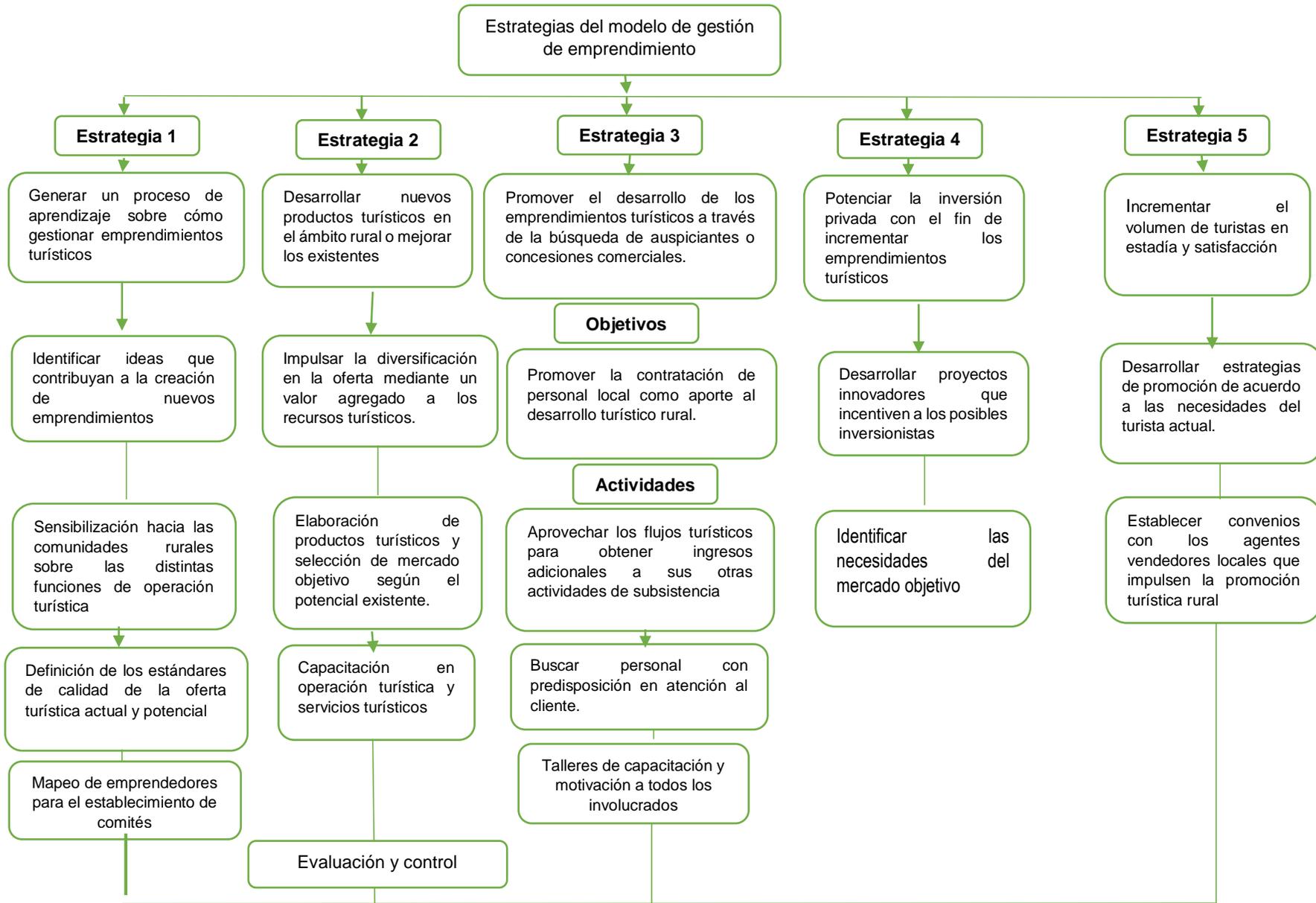


Grafico 04.20: Elaboración de estrategias
Fuente: Elaboración propia

4.3.7. OPERATIVIDAD DEL MODELO DE GESTIÓN

Según la información recolectada durante investigación se determinó que las áreas rurales no se han establecido un organigrama funcional que aporte a la mejora en el desenvolvimiento y desarrollo de las comunidades locales donde se encuentran los recursos turísticos.

Este organigrama ayudara principalmente a tener definidas las funciones dentro de las áreas rurales, lo cual promoverá el fortalecimiento de una gestión en la actividad turística con calidad por parte de las comunidades involucradas, para ello cada uno de los integrantes de la organización tendrá sus funciones y roles definidos, así como la implementación de las actividades de trabajo en función del desarrollo turístico según las necesidades del sector que se presenten día a día.

A continuación, se propone un organigrama que aporte a la mejora en la planificación de las actividades en el sector turístico.

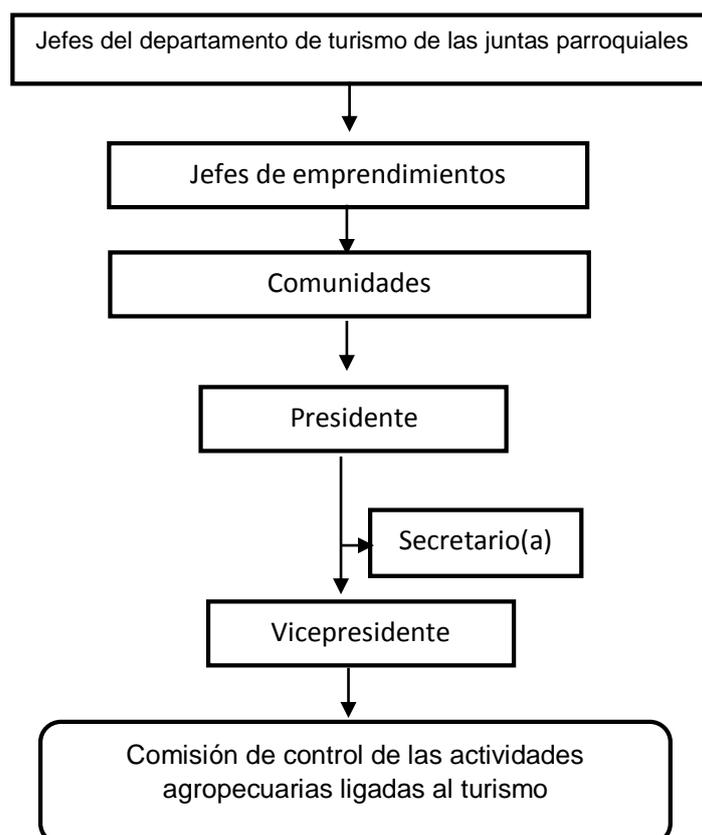


Gráfico: 04.21 Organigrama de involucrados
Fuente: Elaboración propia

Departamentos de turismo y juntas parroquiales: serán las encargadas de verificar que estas organizaciones y sus integrantes estén llevando a cabo las actividades establecidas de una forma correcta, sin afectar ninguna de las partes que interviene en la actividad turística local.

Para ello será necesario que las organizaciones y redes comunitarias sigan una serie requerimientos que les permita brindar un servicio de calidad: los cuales se detallan a continuación.

Acciones

- Organizaciones debidamente formalizadas
- coordinar y/o ejecutar proyectos para mejorar la infraestructura turística en la comunidad
- Llevar un acta de las reuniones realizadas
- Establecer reglas internas que conlleven a un buen desempeño de la organización
- Conocimiento y respeto de las funciones entre cada uno de los miembros.
- Funciones con proceso de gestión transparente (con rendición de cuentas) y reparto de beneficios equitativos
- Administrar los bienes de interés turísticos local

Jefes de emprendimientos: los jefes de los emprendimientos deben verificar y coordinar las funciones y actividades dentro de la empresa para que todo se cumpla de manera exitosa promoviendo el desarrollo sostenible de la zona. Para ello se deberán realizar las siguientes acciones:

Acciones

- Fortalecer el desarrollo de acciones que contribuyan a fortalecer la competitividad y sostenibilidad de los emprendimientos.

- Contribuir a la unificación entre emprendedores, estableciendo metas comunes que aporten al desarrollo de la zona centro de Manabí.
- Formación de los colaboradores de los distintos emprendimientos turísticos
- Identificar las necesidades internas y externas para la capacitación en las distintas áreas

Comunidades: La comunidad conforma un papel importante en la actividad turística rural, por tal razón los habitantes deben participar en el cuidado y manejo de roles según los siguientes requerimientos.

Acciones

- Participación activa en cada una de las reuniones que sean convocadas
- Predisposición hacia el cambio y mejora en la oferta turística
- Conocimiento de los atractivos turísticos de la comunidad
- Identificación detallada de las necesidades de infraestructura y equipamiento turístico
- Valoración de la identidad cultural.
- Generar emprendimientos ya sea individual o asociados a beneficio de la comunidad local.
- Cumplimiento de las normas y políticas locales
- Elaboración de reglamentos internos.
- Acciones responsables para el desarrollo del turismo rural

Presidente y vicepresidente comunales (líderes comunitarios): Para un mejor funcionamiento entre los miembros de las organizaciones y mejora en la toma de las decisiones que fomenten el desarrollo turístico rural. Para tomar en cuenta las siguientes acciones:

Acciones

- Representar a la comunidad de tal manera que todos puedan participar de forma democrática en la toma de decisiones a beneficio de la comunidad.
- Desarrollar vías de comunicación
- Buscar que las organizaciones gubernamentales le ayuden especialmente con vías de acceso para la mejora en los emprendimientos turísticos.
- Promover la promoción de la oferta turística existentes
- Buscar apoyo a entidades especializadas que aporten mejoras a pequeños y grandes emprendedores a través de capacitaciones y seminarios, para poder brindar un mejor servicio.

EVALUACIÓN Y CONTROL

Para determinar un buen funcionamiento del modelo de gestión será necesario un monitoreo constante de las actividades que se están realizando para tener conocimiento de la evolución del modelo para de esta manera poder corregir con buena agilidad los errores que se presenten, al momento de implementar estrategias para el alcance de los objetivos previamente planteados.

Cuadro 04.13: Evaluación y control de las actividades del seguimiento

Objetivos	Actividades	Verificación	Tiempo	Responsable
Establecer políticas y estrategias generales que beneficien el impulso del turismo rural	1.Elaboración de planes estratégicos y operativos 2.establecer relaciones con actores públicos y privados	Informes Registro de acuerdos	Anual	Dirección de turismo
Fomentar la participación y coordinación de los diferentes representantes y sectores vinculados a las actividades turísticas	1.establecer mecanismos de coordinación y comunicación con los representantes locales 2.Desarrollar campañas de sensibilización hacia los representantes de las comunidades	Informes Fotografías	Mensual	Dirección de turismo rural

Innovación y desarrollo de productos turísticos competitivos con la participación de todos los sectores	1.Promover intercambio con otras ofertas turísticas 2.Creacion de marca que identifique la zona rural en desarrollo	Informes	Anual	Dirección de turismo y comunidades
Garantizar una gestión ambiental sostenible del turismo	1.concienciar a los habitantes en la necesidad de protección de los recursos naturales 2.promover acciones que contribuyan a la conservación y protección del medio	Fotos Informes Entrevistas Encuestas	Anual	Departamento de turismo
Garantizar seguridad al turista, y emprendedores para propiciar un ambiente confortable para el visitante	1.armonizar la infraestructura con materiales de la zona 2.disenar un sistema de seguridad y protección al turista con la participación de la comunidad	Registro de actividades Fotografías	mensual	Departamento de turismo comunidades
Desarrollar proyectos innovadores con posibilidades de financiamiento	1.Diseñar un programa de capacitación sobre emprendimientos turísticos 2.Identificar ideas que contribuyan a la creación de nuevos emprendimientos	Informes Fotografías Vides	anual	Departamento de turismo Comunidades

Fuente: Elaboración propia

4.3.9 CRITERIO DE EXPERTOS

Para la validación del presente modelo de gestión se tomó en consideración la opinión de varios expertos, los cuales dieron la aprobación de los aspectos que componen el modelo, además se hicieron sugerencias en cuanto a redacción, cambio de verbos y ser más específicos en algunos puntos, ver cuadro 04.19.

CUADRO 21: 04.14 CRITERIO DE EXPERTOS

N° DE EXPERTOS	ASPECTOS CORREGIDOS	SUGERENCIAS
Experto N° 1	Objetivo	Redacción y cambio de verbo
	Visión	Reducción de párrafo
Experto N° 2	Objetivo	Redacción
	Misión	Redacción

	Visión	Reducción de párrafo
Experto N° 3	Objetivo	Reducción de párrafo
	Misión	Reducción de párrafo
	Visión	Reducción de párrafo y ser más claro
Experto N° 4	Visión	Redacción y ser más específico
	Metas corporativas	Redacción
Experto N° 5	Valores corporativos	Cambio de términos

Fuente: Elaboración propia

Como se ha podido evidenciar en el cuadro anterior es evidente la coincidencia de los expertos, ya que incide principalmente en los siguientes aspectos: objetivo, misión visión, metas corporativas y valores corporativos, además de ciertos puntos a corregir en cada una de las estrategias que componen el modelo. Tomando en consideración las correcciones de los expertos se realizó la debida corrección de la siguiente manera:

Objetivo:

Promover el desarrollo turístico local a través del turismo sustentable, mediante la conservación y mejora de los recursos naturales y culturales existentes, favoreciendo la gestión turística rural de la zona centro de Manabí.

Misión

Desarrollar estrategias que fortalezcan la gestión turística rural que fomenten el desarrollo de los recursos naturales y culturales, y así brindar servicio de calidad acorde a las necesidades del turista, consolidando de forma integrada una red de iniciativas locales en la zona centro de Manabí.

Visión

Consolidar el turismo rural en 5 años como un referente del desarrollo local, económico y social mediante un vínculo entre los actores públicos privados y comunidades, contribuyendo a la conservación de los recursos naturales de la provincia de Manabí.

Metas corporativas:

- Crear vínculos de asociación entre cada uno de los emprendedores rurales y entidades públicas y privadas.
- Adecuación del entorno mediante la implementación de senderos.
- Promover la cultura local en la producción de los servicios turísticos para reducir los impactos ambientales.
- Implementar acciones que aporten a la promoción turística rural.

Valores corporativos:

- **Responsabilidad:** Fortalecer la protección del entorno donde se desarrollan proyectos turísticos, integrado a los habitantes locales.

Estrategias:

Estrategia 3: Promover el desarrollo de los emprendimientos turísticos a través de la búsqueda de auspiciantes o concesiones comerciales.

Estrategia 4: Actividad: desarrollar proyectos innovadores que incentiven a los posibles inversionistas.

Estrategia 5: Actividad: Establecer convenios con los agentes vendedores locales que impulsen la promoción turística rural.

Operatividad:

- Desarrollar vías de comunicación
- Buscar apoyo a entidades especializadas que aporten mejoras a pequeños y grandes emprendedores a través de capacitaciones y seminarios, para poder brindar un mejor servicio.
- coordinar y/o ejecutar proyectos para mejorar la infraestructura turística en la comunidad.

De acuerdo a cada una de las estrategias y operatividad del modelo, contribuirá de manera significativa en la gestión de los emprendimientos existentes y los que se implementaran, debido al mejor manejo y conservación de los recursos

tanto naturales como culturales mediante la adecuación de las actividades agropecuarias cotidianas con el turismo rural, lo cual también aporta a la recuperación de la identidad cultural de las comunidades rurales. Por otra parte el incremento de los visitantes traerá consigo beneficios económicos para las personas debidamente comprometidas, ya que esto puede dinamizar la oferta existente mediante la aplicación de buenas prácticas turísticas y el empoderamiento de las comunidades a través de adquirir constante conocimiento que puedan mejorar las capacidades alrededor de las distintas funciones requeridas, desde la prestación del servicio hasta la negociación con los actores locales que fortalezcan las organizaciones y emprendimientos con capacidades de responder a los distintos cambios en base a las exigencias y nuevas tendencias del mercado turístico en la zona centro de la provincia de Manabí.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- En base a los resultados obtenidos en la primera fase investigativa se ha identificado que la zona centro de Manabí cuenta con una base agrícola muy importante, considerando que el 69% de la población basa sus ingresos económicos en dicha actividad, así mismo con recursos naturales y culturales que indiscutiblemente poseen gran potencial en los que pueden desarrollar productos innovadores vinculando las actividades agropecuarias con el turismo rural en base a las necesidades del visitante.
- Factor determinante de la investigación indica que los recursos turísticos inventariados tanto naturales como culturales, aunque no cuenten con las facilidades necesarias son de gran interés para el visitante local y nacional, sin embargo es necesaria la implementación de buenas prácticas turística impulsando a manejarse de manera organizada con emprendimientos y recursos promoviendo planes para el desarrollo del turismo rural en la zona centro de Manabí.
- Para la mejora en la gestión del turismo rural se planteó el modelo de gestión que aporta con misión, visión, estrategias, objetivos, actividades, valores corporativos y metas corporativas que son de utilidad para los emprendedores locales, a través del control y evaluación para el buen funcionamiento de las actividades del turismo rural en la zona centro de Manabí.

5.2. RECOMENDACIONES

- A los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADS) de la zona centro de Manabí se les sugiere impulsar el turismo rural estableciendo vínculos constantes con los emprendedores rurales, comunidades locales, prestadoras de servicios turísticos y todos los que conforman la estructura turística para apoyar a organizaciones que aporten a seguir con el proceso de desarrollo turístico rural.
- Se le sugiere al Consejo Provincial, GADS Municipales que existan vinculación local nacional y extranjera para nuevos emprendimientos rurales para generar buenas perspectivas hacia la actividad turística y el desarrollo local teniendo posibilidad de establecer alianzas estratégicas con entidades públicas o privadas para promocionar de manera eficaz los servicios en parroquias rurales.
- Se les recomienda a las entidades públicas como GADS y Juntas Parroquiales implementar iniciativas de charlas e escuelas, colegios sobre la importancia de la conservación del entorno e identidad cultural con actividades que impulsen el desarrollo del turismo rural en la zona centro de Manabí.

BIBLIOGRAFÍA

- Benavidez. N (2015) Propuesta de un modelo de gestión turística para el cantón puerto QUITO. (En línea). MX. Consultado el 14 de mayo del 2017. Formato (PDF). Disponible en <http://190.95.226.74/bitstream/45000/48/1/MODELO%20DE%20GESTI%20C3%93N%20TUR%20C3%8DSTICA%20PARA%20PUERTO%20QUITO.pdf>
- CONEVAL. (2013) Manual para el diseño y la construcción de indicadores. (En línea). MX. Consultado el 14 de mayo del 2017. Formato (PDF). Disponible en http://www.coneval.org.mx/Informes/Coordinacion/Publicaciones%20oficiales/MANUAL_PARA_EL_DISENO_Y_CONTRUCCION_DE_INDICADORES.pdf
- Cedeño, T. (2016) La evaluación de la dimensión cultural n. 1. p 2. (En línea). Consultado, 12 de julio. 2017. Formato (PDF). Disponible en: <http://retos.mes.edu.cu/index.php/retosjs/article/view/203/178>
- Chávez E. (2017) Diseño de un sistema de gestión de marketing digital para el desarrollo turístico del cantón caluma. (En línea). MX. Consultado el 14 de mayo del 2017. Formato (PDF). Disponible en <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/6146/1/20T00808.pdf>
- Debellinie J. (2014) Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos. (En línea). MX. Consultado el 08 de julio del 2017. Formato (PDF). Disponible en http://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos_basicos_para_la_gestion_de_destinos_turisticos.pdf
- Esparano. H (2014) Emprendimiento en américa latina y su impacto en la gestión de proyectos1puerto QUITO. (En línea). MX. Consultado el 07 de Julio del 2017. Formato (PDF). Disponible en

https://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/dimension-empresarial/volumen-12-no-2/articulo07.pdf

- Fortis, J. Freire, M. Peralta, P. Lizán, S. (2017) Identificación de factores de competitividad para el diseño de un modelo de gestión de destino sostenible. Comuna Olón Ec. n. 1 V. 4. p 3. (En línea). Consultado, 11 de julio. 2017. Formato (PDF). Disponible en: <http://incyt.upse.edu.ec/revistas/index.php/rctu/article/view/256/265>
- Flores, Y. Borborema, F. Christoffoli, A. 2016. TURISMO RURAL COMUNITARIO.: Gestión familiar y estrategias de consolidación en el Estado de Santa Catarina Brasil. Revista redalyc: Estudios y perspectivas en turismo, Vol.25, n. 4. p 6. (En línea). Consultado, 10 de julio. 2017. Formato (PDF). Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180747502010>
- Figueroa, L. Arroyo, J. Moreno, Y. 2015. Desarrollo de productos turísticos rurales sustentables. Propuesta y validación de expertos respecto a tres variables. México Revista redalyc: El periplo sustentable, n. 28. p 21. (En línea). Consultado, 11 de julio. 2017. Formato (PDF). Disponible en: <http://rperiplo.uaemex.mx/index.php/elperiplo/article/view/645/1796>
- González A. (2015). El inventario de los recursos turísticos. Un enfoque desde la demanda (En línea). MX. Consultado el 14 de mayo del 2017. Formato (PDF). Disponible en: <https://www.eoi.es/es/savia/publicaciones/21157/el-inventariado-de-los-recursos-turisticos-un-enfoque-desde-la-demanda-2015.pdf>
- Guzmán, M. (2017) Marco teórico para la construcción de una propuesta de turismo rural comunitario n. 1 V. 8. p 2. (En línea). Consultado, 10 de julio. 2017. Formato (HTML). Disponible en: <http://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/riaa/article/view/1841/2060>
- Humphrey, A. (1970) Historia del análisis foda Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Albert_S._Humphrey
- Ivanova A e Ibáñez R (2017). Tipología y antecedente de la actividad turística turismo tradicional y turismo alterativo. (En línea). MX. Consultado el 14

de mayo del 2017. Formato (PDF). Disponible en: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=BAHYkvJihDwC&oi=fnd&pg=PA17&dq=definicion+sobre+turismo+alternativo&ots=iYoT0xllad&sig=n7RE4zqkJ1_0SpRy1NgfUJ4uu1c#v=onepage&q=definicion%20sobre%20turismo%20alternativo&f=false

Liceaga G. (2013). El concepto comunidad en las ciencias sociales latinoamericanas (En línea). MX. Consultado el 14 de mayo del 2017. Formato (PDF). Disponible en: <http://www.cialc.unam.mx/cuadamer/textos/ca145-57.pdf>

Lupiáñez L. (2014) El emprendimiento como motor del crecimiento económico Vol. 11. (En línea). MX. Consultado el 14 de mayo del 2017. Formato (PDF). Disponible en http://www.revistasice.com/cachepdf/bice_3048_55__24385f894c3ef154d0382ebb24b0889d.pdf

López W (2013). Turismo rural ecoturismo y agro ecoturismo. (En línea). MX. Consultado el 14 de mayo del 2017. Formato (PDF). Disponible en: <https://whitneylopez12.wordpress.com/2013/11/11/turismo-rural-agroturismo-y-agroecoturismo/>

López, A. (2016) Modelos de desarrollo rural, la experiencia en Nicaragua n. 8 V. 4. p 2. (En línea). Consultado, 10 de julio. 2017. Formato (HTML). Disponible en: <http://lamjol.info/index.php/REICE/article/view/3056/2805>

Morejón A. (2015) Propuesta de un modelo de gestión turística sostenible para la consolidación del ecoturismo en la cabecera cantonal machachi del cantón mejía (En línea). MX. Consultado el 14 de mayo del 2017. Formato (PDF). Disponible en <http://www.dspace.uce.edu.ec:8080/bitstream/25000/4527/1/T-UCE-0004-008.pdf>

Madrigal E. (2014) El emprendedor social su impacto en la comunidad: La percepción del joven investigador (En línea). MX. Consultado el 14 de mayo del 2017. Formato (PDF). Disponible en http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/rimf/rimf_v3_n1_05.pdf

- Migues, D. (2014) Análisis de riesgos en emprendimientos agropecuarios. Evaluación de resultados económicos esperados en proyectos productivos en el oeste de la provincia de Buenos Aires (En línea). MX. Consultado el 07 de julio del 2017. Formato (PDF). Disponible en http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/rimf/rimf_v3_n1_05.pdf
- Méndez, N. Vinasco, M (2016) Propuesta de un modelo de gestión y aprendizaje del conocimiento de los espacios rurales en Colombia. n. 1 V. 1. p 2. (En línea). Consultado, 11 de julio. 2017. Formato (HTML). Disponible en: <http://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/workpaper/article/view/1766/2000>
- Navarro D. (2015) Recursos turísticos y atractivos turísticos: CONCEPTUALIZACIÓN, clasificación Y valoración. (En línea). MX. Consultado el 14 de mayo del 2017. Formato (PDF). Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39838701014>
- Negrete K. (2014) Lineamiento para un modelo de gestión turística de las parroquias de guangopolo, amaguaña y conocoto pertenecientes a la administración zonal valle de los chillos del distrito metropolitano de quito, basado en el análisis del sistema turístico. (En línea). MX. Consultado el 14 de mayo del 2017. Formato (PDF). Disponible en http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13518/1/58885_1.pdf
- Nieto, A. 2013 El método leader como política de desarrollo rural en Extremadura en los últimos 20 años España n. 69. p 5. (En línea). Consultado, 12 de julio. 2017. Formato (PDF). Disponible en: <http://boletin.age-geografia.es/articulos/69/06%20BAGE69.pdf>
- Orgaz, F. 2013. El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. República Dominicana Revista Nomads: n. 38. p 21. (En línea). Consultado, 11 de julio. 2017. Formato (PDF). Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/NOMA/article/view/42908/40738>
- Plaza D. (2013) Turismo rural como actividad dinamizadora del desarrollo local en la comuna de Curicó . (En línea). MX. Consultado el 14 de mayo del 2017. Formato (PDF). Disponible en

http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/113793/plaza_d.pdf?sequence=1_2015.pdf

Pérez Y (2013) Modelos de desarrollo rural, la experiencia en Nicaragua n. 1 V. 33. p 2. (En línea). Consultado, 10 de julio. 2017. Formato (PDF). Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/AGUC/article/viewFile/42225/40199>

Pearce G. (2016) Modelos de gestión de destinos. (En línea). MX. Consultado el 14 de mayo del 2017. Formato (PDF). Disponible en <https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V25/N01/v25n1a01.pdf>

Padilla, M. Barrado, D. Quispe, A. Jiménez, W. (2016) gestión empresarial y emprendimiento con administración pública para el desarrollo sostenible del turismo Ecuador n. 3 V. 15. p 5. (En línea). Consultado, 11 de julio. 2017. Formato (PDF). Disponible en: <http://retos.mes.edu.cu/index.php/retojs/article/view/230/200>

Pujol, L. (2015) plan de desarrollo turístico de una zona P. 2(En línea) consultado, 15 de marzo 2018. Formato (PDF). Disponible en: <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/viewFile/367/30>

Sánchez G. (2016) Modelos de gestión de destinos. (En línea). MX. Consultado el 14 de mayo del 2017. Formato (PDF). Disponible en <https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V25/N01/v25n1a01.pdf>

Sánchez C. (2013) Un sistema de indicadores turísticos básicos: primera aproximación (En línea). MX. Consultado el 14 de mayo del 2017. Formato (PDF). Disponible en <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/2cnct-ponencia-sanchez.pdf>

Suárez M. (2014) Innovación de procesos en la gestión turística: Una revisión de la literatura (En línea). MX. Consultado el 07 de julio 2017 del 2017. Formato (PDF). Disponible en <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/80135/530-3166-2-PB.pdf>

- Sánchez, A Y Vargas E. (2015) turismo sustentable. Un acercamiento a su oferta Vol.15, Nº 3(En línea) Consultado, 12 de febrero 2018. Formato (PDF). Disponible en:
<http://www.produccioncientifica.luz.edu.ve/index.php/multiciencias/article/view/20982/20846>
- Reyes, B. Barrado, D. (2015) Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión España n. 15. p 5. (En línea). Consultado, 12 de julio. 2017. Formato (PDF). Disponible en:
<http://revistas.um.es/turismo/article/view/18541/17881>
- Toselli, C Mazza, C.2014 Planes estratégicos de turismo para el desarrollo local. Una propuesta de análisis a partir del método de los “interrogantes fundamentales”. Argentina Revista de Investigaciones Turísticas: n. 9. p 10. (En línea). Consultado, 11 de julio. 2017. Formato (PDF). Disponible en: <http://www.eutm.es/journal/index.php/gt/article/view/14>
- Torres, J. 2015 Turismo comunitario y su estudio: reflexiones desde un enfoque cultural propositivo para el desarrollo rural. Nicaragua Revista Humanismo y Cambio Social: n. 5. p 2. (En línea). Consultado, 12 de julio. 2017. Formato (PDF). Disponible en:
<http://revistashumanidadescj.unan.edu.ni/index.php/Humanismo/article/view/79>
- Tesserras, J. (2015) el conjunto conventual de San Francisco De Quito: Un caso piloto de programa de patrimonio mundial y turismo sostenible. Los retos de la gestión turística responsable y la participación comunitaria Ec. n. 373 V. 1. p 3. (En línea). Consultado, 11 de julio. 2017. Formato (PDF). Disponible en:
<http://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/ANALES/article/view/224/PDF>
- UNIANDÉS Universidad Regional Autónoma de los Andes (2016) Método de aprendizaje PUGAPRASTA y pensamiento crítico Ec. n. 3 V. 3. p 3. (En línea). Consultado, 11 de julio. 2017. Formato (PDF). Disponible en:
<http://186.46.158.26/ojs/index.php/EPISTEME/article/viewFile/409/226#page=177>

Varisco, C. 2016. Turismo Rural: Propuesta Metodológica para un Enfoque Sistémico en España. Revista redalyc: Turismo y Patrimonio Cultural, Vol.14, n. 1. p 7. (En línea). Consultado, 10 de julio. 2017. Formato (PDF). Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88143642011>

Villegas. A 2000. Definición de atributos disponible en: <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2006/fep659p/doc/fep659p.pdf>

Villanueva J. (2012) Perfil emprendedor de los pequeños empresarios agropecuarios en el Valle de Puebla, México¹ (En línea). MX. Consultado el 07 de julio del 2017. Formato (PDF). Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/2654/265424601004.pdf>

Anexos

Anexo 1. Diagnóstico de la gestión de los emprendimientos



La presente encuesta se realiza como parte del proceso de recopilación de información para un proyecto de titulación universitario, por lo tanto, esta información es de carácter confidencial y no tiene ningún fin ajeno a la investigación.

OBJETIVO: Indagar sobre la gestión de los emprendimientos en el ámbito operativo de los emprendimientos turísticos rurales de los cantones: Bolívar Junín y Tosagua

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO: _____ **NOMBRE DEL PROPIETARIO/A:** _____ **CÓDIGO:** _____

UBICACIÓN **CANTÓN** _____ **PARROQUIA** _____

a. TIPO DE NEGOCIO

1. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

1.1 Para el desarrollo de su emprendimiento, Usted, planifica		1.2 Porcentaje de cumplimiento de lo planificado		1.3 Si no planifica, ¿Por qué razones no lo hace?		1.4 Tiene asesoría profesional	
Mensual		Más del 20%					
Semestral		Más del 40%		Desconocimiento		Si	

Anual		Más del 50%		Falta de presupuesto		No	
Cada dos años		Más del 60%		No es necesario			
No planifica		No sabe		No ha recibido apoyo del Ministerio de Turismo o GAD			

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 ¿Están definidas las funciones y responsabilidades en su empresa?	2.2 ¿Qué funciones posee su empresa?	2.3 ¿Considera que su empresa tiene una buena organización?	2.4 ¿Cuántas de las personas que trabajan en la empresa están debidamente capacitados para el puesto?	2.5 Número de empleados con los que cuenta la empresa
Si	Gerencia /Administración /Dirección	Si	Todos	1 – 4 empleados
No	Producción/Servicios	No	Pocos	5 – 9 empleados
No se requiere	Ventas/ Comercialización		Ninguno	Más de 15 empleados

3. DIRECCIÓN EMPRESARIAL

3.1 Numero de estrategias ejecutadas	3.2 La empresa mide la productividad de sus empleados	3.3 La empresa mide su productividad basada en:	3.4 Para incrementar la productividad de su empresa, se basa en:
1- 2 estrategia	Por tiempo	Volumen de ventas	Diagnóstico de su demanda
3 - 4 estrategias	Por actividad	Volumen de producción	Diagnóstico de su oferta
Más de 5 estrategias	Por resultado	Número de consumidores	Análisis de tendencias del mercado
No se ha aplicado ninguna estrategia	No se mide	Ninguna	Ninguna

4. CONTROL DE CALIDAD

4.1 ¿Conoce el criterio de sus clientes sobre la calidad de su producto/servicio?	4.2 ¿Con qué frecuencia mide la satisfacción de sus clientes?	4.3 ¿La empresa establece las metas de calidad basado en?
Si	Mensualmente	Metas de la empresa
No	Trimestralmente	Metas basadas en las necesidades de los clientes
	Anualmente	No tiene metas

5. DIMENSIÓN ECONÓMICA

5.1 ¿Qué porcentaje de sus ingresos son por productos y/o servicios turísticos	5.2 ¿Genera su empresa productos /servicios que le permiten ser auto – suficiente económicamente?	5.3 ¿La empresa es miembro de cuantas cadenas productivas?
1 - 20%	Si	Una

21 - 50%		No		Más de una	
Más del 51%				Ninguna	

6. DIMENSIÓN SOCIAL

7.1 ¿Cuántas personas de su entorno geográfico trabajan en la empresa?		7.2 ¿Cuántas mujeres de su entorno geográfico trabajan en la empresa?		7.3 ¿Cuántas personas con capacidades especiales de su entorno geográfico trabajan en la empresa?	
1 – 4 empleados		1 – 4 empleados		1 – 4 empleados	
5 – 9 empleados		5 – 9 empleados		5 – 9 empleados	
Más de 10 empleados		Más de 10 empleados		Más de 10 empleados	
Ninguno		Ninguno		Ninguno	

Se le agradece su colaboración

ANEXO 3. Encuesta dirigida a los turistas



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ ENCUESTA

La presente encuesta servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de un proyecto de titulación de la Carrera de Turismo que titula “Modelo de gestión de emprendimiento para el desarrollo del turismo rural en la zona centro de Manabí”.

Agradecemos nos conceda unos minutos de su tiempo para realizar la siguiente encuesta:

1. Nacionalidad: _____

2. Edad:

18-21

22-30

31-40

41-52

53-60

Mayor a 61

3. Escolaridad

Primaria.

Secundaria.

Licenciatura.

Maestría.

Doctorado.

4. Ocupación:

Estudiante.

Comerciante.

Empresario.

Ama de casa.

Otro, especifique _____

5. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?

Vacaciones ____ Negocios ____ Deportes ____ Religión ____ Precio ____ Aventura

Visita a familiares ____ Contacto con la naturaleza ____

Otro _____

6. ¿Cuánto tiempo permanecerá en Bolívar, Junín, Tosagua?

1 día ____ 2-3 días ____ 4-7 días ____ más de 7 días ____

7. ¿Cómo viaja?

Solo_____ En pareja_____ Con familia_____ Con amigos_____
Un grupo organizado_____

8. ¿Qué medio de transporte utilizo para venir a Bolívar, Junín, Tosagua

Vehículo propio_____ Bus público_____
Otro_____

9. ¿Estaría interesado en visitar los recursos turísticos de Bolívar, Junín, Tosagua?

Mucho Poco Le es indiferente No

10 ¿Cuáles son los recursos turísticos que ha visitado en la zona centro de Manabí?

11 ¿Qué actividades le gustaría realizar en el área rural?

Turismo de aventura	
Turismo vivencial	
Agroturismo	
Observación de flora y fauna	
Acampar al aire libre	
Senderismo	
Participar en actividades de cosechas, siembra y conocer los procesos de producción	

11 ¿Qué medios de información Ud. Prefiere para escoger un destino turístico?

Agencias de viajes	
Publicidad en radios	
Internet	
Publicidad en televisión	
Publicidad en prensa	
Revistas o folletos	
Recomendación de amigos	

12 ¿Cuánto está dispuesto a gastar por una noche y dos días de estadía en Jama / Pedernales (por una persona solamente)

Menos de \$ 100 _____ \$100 – 200 _____ \$300 – 500 _____

\$550 -700 _____

¡¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!!

CRITERIO DE EXPERTOS

El propósito de la presente encuesta es validar la propuesta del **MODELO DE GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL EN LA ZONA CENTRO DE MANABÍ**. Usted, como un experto(a) calificado(a), se le solicita que evalúe los aspectos tomados en consideración en este trabajo de investigación, señalando si debe ir o no dichos elementos en el modelo de gestión, de antemano se le agradece su colaboración.

ELEMENTOS DEL MODELO	DESCRIPCIÓN	SI	NO	SUGERENCIA
Objetivo	Promover el desarrollo turístico local a través del turismo sustentable, mediante la conservación y mejora de los recursos naturales y culturales existentes, favoreciendo la gestión turística rural de la zona centro de Manabí.			
Misión	Desarrollar estrategias que fortalezcan la gestión turística rural, que fomenten el desarrollo de los recursos naturales y culturales y así brindar servicio de calidad acorde a las necesidades de turista, consolidando de forma integrada una red de iniciativas locales en la zona centro de Manabí.			
Visión	Consolidar el turismo rural en 5 años, como un referente de desarrollo local económico y social mediante un vínculo entre los actores públicos, privados y comunidades locales, contribuyendo a la conservación de los recursos naturales de la provincia de Manabí.			
Valores corporativas	Cooperación			
	Compromiso con la organización			
	Sensibilización			
	Eficacia y eficiencia en la gestión de los recursos humanos, económicos y técnicos			
	Responsabilidad			

Metas corporativas	Crear vínculos de asociación entre cada uno de los emprendedores rurales y entidades públicas y privadas	Si	No	
	Adecuación del entorno mediante la implementación de senderos			
	Promover la cultura local en la producción de los servicios turísticos para reducir los impactos ambientales			
	Fomentar el turismo rural en la zona centro de Manabí			
	Promover la conservación y desarrollo de los recursos naturales y culturales			
	Implementación de estrategias que aporten a la promoción turística rural			
<p>Estrategia 1: Generar un proceso de aprendizaje sobre cómo gestionar emprendimientos turísticos</p> <p>Objetivo: Identificar ideas que contribuyan a la creación de nuevos emprendimientos</p>	<p>Actividades:</p> <p>1. Sensibilización hacia las comunidades rurales sobre las distintas funciones de operación turística</p> <p>2. Definición de los estándares de calidad de la oferta turística actual y potencial</p>			
<p>Estrategia 2: Desarrollar nuevos productos turísticos en el ámbito rural o mejorar los existentes</p> <p>Objetivo: Impulsar la diversificación en la oferta mediante un valor agregado a los recursos turísticos.</p>	<p>Actividades:</p> <p>1. Selección de productos turísticos y mercado objetivo según el potencial existente.</p> <p>2. Capacitación en operación turística y servicios turísticos</p>			
<p>Estrategia 3: Promover el desarrollo de los emprendimientos turísticos a través de la búsqueda de auspiciantes o concesiones comerciales.</p> <p>Objetivo: promover la contratación de personal local como aporte al desarrollo turístico rural.</p>	<p>Actividades</p> <p>1. Aprovechar los flujos turísticos para obtener ingresos adicionales a sus otras actividades de subsistencia</p> <p>2. Buscar apoyo con las entidades financieras para que proporcionen micro créditos para emprendimientos turísticos</p>			

<p>Estrategia 4: Potenciar la inversión privada con el fin de incrementar los emprendimientos turísticos</p> <p>Objetivo: Desarrollar proyectos innovadores que incentiven a los posibles inversionistas</p>	<p>Actividad: Identificar las necesidades del mercado objetivo</p>	Si	No	
<p>Estrategia 5: Incrementar el volumen de turistas en estadía y satisfacción</p> <p>Objetivo: Desarrollar estrategias de promoción de acuerdo a las necesidades del turista actual.</p>	<p>Actividades: Establecer convenios con los agentes vendedores locales que impulsen la promoción turística rural</p>			
<p>Operatividad</p>	<p>Departamentos de turismo y juntas parroquiales Acciones: 1.Organizaciones debidamente formalizadas 2.coordinar y/o ejecutar proyectos para mejorar la infraestructura turística en la comunidad 3.Llevar un acta de las reuniones realizadas 4.Establecer reglas internas que conlleven a un buen desempeño de la organización 5.Conocimiento y respeto de las funciones entre cada uno de los miembros 6.Funciones con proceso de gestión transparente (con rendición de cuentas) y reparto de beneficios equitativos 7.adimistrar los bienes de interés turísticos local</p>			
	<p>Jefes de emprendimientos Acciones: 1. Fortalecer el desarrollo de acciones que contribuyan a fortalecer la competitividad y sostenibilidad de los emprendimientos. 2. Contribuir a la unificación entre emprendedores, estableciendo metas comunes que aporten al desarrollo de la zona centro de Manabí. 3.Formación de los colaboradores de los distintos emprendimientos turísticos</p>			

	4. Identificar las necesidades internas y externas para la capacitación en las distintas áreas			
	Comunidades Acciones: 1. Participación activa en cada una de las reuniones que sean convocadas 2. Predisposición hacia el cambio y mejora en la oferta turística 3. Conocimiento de los atractivos turísticos de la comunidad	Si x x	No	
Francisca M. Chávez Campuzano y María E. Salvatierra Zambrano – Estudiantes de la Carrera de Ingeniería en Turismo de				
Operatividad	5. Valoración de la identidad cultural 6. Generar emprendimientos ya sea individual o asociados a beneficio de la comunidad local 7. Cumplimiento de las normas y políticas locales 8. Elaboración de reglamentos internos. 9. Acciones responsables para el desarrollo del turismo rural			
	Presidente y vicepresidente comunales (líderes comunitarios) Acciones: 1. Representar a la comunidad de tal manera que todos puedan participar de forma democrática en la toma de decisiones a beneficio de la comunidad 2. desarrollar vías de comunicación 3. Buscar que las organizaciones gubernamentales le ayuden especialmente con vías de acceso para la mejora en los emprendimientos turísticos 4. Promover la promoción de la oferta turística existentes 5. Buscar apoyo a entidades especializadas que aporten mejoras a pequeños y grandes emprendedores a través de capacitaciones y seminarios, para poder brindar un mejor servicio.	x		
Evaluación y control	Medios de Verificación: Para verificar el correcto funcionamiento de cada una de las estrategias, objetivos y actividades, se realizara mediante informes, programas de gestión, aplicaciones informáticas fotografías, actas de asistencias, videos y actas con los temas tratados y resoluciones dadas			

Gracias por su colaboración