



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

DIRECCIÓN DE POSGRADO Y FORMACIÓN CONTINUA

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

MODALIDAD:

(TRABAJO DE TITULACIÓN/ ARTÍCULO CIENTÍFICO)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

**PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DE DESTINOS TURÍSTICOS
SOSTENIBLES**

TEMA:

**CREACIÓN DEL PRODUCTO “RUTA DE CICLOPASEOS
VIVENCIALES” PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN EL
CANTÓN JUNÍN, MANABÍ, ECUADOR**

AUTORA:

LUCÍA CONCEPCIÓN INTRIAGO MACÍAS

TUTOR:

M Sc. NELSON GARCÍA REINOSO

COTUTOR:

Mg. VERNI JÁCOME SANTOS

CALCETA, FEBRERO 2019

DERECHOS DE AUTORÍA

LUCÍA CONCEPCIÓN INTRIAGO MACÍAS, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

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

LUCÍA CONCEPCIÓN INTRIAGO MACÍAS

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

ING. NELSON GARCÍA REINOSO, M Sc, certifica haber tutelado el trabajo de titulación **“CREACIÓN DEL PRODUCTO “RUTA DE CICLOPASEOS VIVENCIALES” PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN EL CANTÓN JUNÍN, MANABÍ, ECUADOR”**, que ha sido desarrollada por **LUCÍA CONCEPCIÓN INTRIAGO MACÍAS** , previo a la obtención del título de Magister en **TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN DESTINOS TURÍSTICOS**, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

ING. NELSON GARCÍA REINOSO, M.Sc,

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el trabajo de titulación **CREACIÓN DEL PRODUCTO “RUTA DE CICLOPASEOS VIVENCIALES” PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN EL CANTÓN JUNÍN, MANABÍ, ECUADOR**, que ha sido propuesto y desarrollado por **LUCÍA CONCEPCIÓN INTRIAGO MACÍAS**, previa la obtención del título de Magíster en **TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN DESTINOS TURÍSTICOS**, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

LIC. IVÁN MENDOZA MONTESDEOCA, Mg
MIEMBRO

ING. GUILLERMO FÉLIX MENDOZA, Mg
MIEMBRO

ING. RODNEY ALFONSO ALFONSO, M Sc
PRESIDENTE

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que me dio la oportunidad de crecer profesionalmente a través de una educación superior de calidad.

A Dios por la salud y la vida.

A mi esposo Verni Jácome Santos, por el apoyo incondicional y el aporte en todos los sentidos para la consecución exitosa de esta anhelada meta.

A mis hijos Mateo y Juan José, porque dejarles un legado de esfuerzo, responsabilidad y superación ha sido mi mayor motivación.

A mi suegra: Marilú Santos por su presencia y apoyo absoluto.

A mis compañeros de aula, porque coincidir en el mismo propósito de superación profesional permitió cumplir con todos los procesos de estudio establecidos.

A mi tutor Ing. Nelson García Reinoso, por su experiencia profesional, sus conocimientos y clarividencia al servicio ágil y oportuno del desarrollo de esta investigación.

A la Coordinación de la Maestría, a los miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, a cada uno de los docentes que compartieron sus saberes, al personal de la Espam que colaboró en la logística clase a clase.

A mi familia, por la colaboración cuando fue necesaria y por estar siempre ahí para todo.

A todos mi reconocimiento y agradecimiento infinito. Gracias por ser ese pilar fundamental en el logro de este eslabón profesional.

LUCÍA CONCEPCIÓN INTRIAGO MACÍAS

DEDICATORIA

A la memoria de mi padre: Arsenio Eustorgio Intriago Intriago.

A mi madre: Daulina Noemí Macías Delgado.

A mi hermano Bruno y a mis hermanas: Olgui, Lupi y María Fernanda.

A mi esposo: Verni Leonardo Jácome Santos.

A mis hijos: Mateo y Juan José.

A aquellos amigos y familiares, que me han expresado siempre su orgullo y admiración.

Para cada uno de ustedes, con todo el amor del mundo, dedico el logro de este nuevo título profesional.

LUCÍA CONCEPCIÓN INTRIAGO MACÍAS

CONTENIDO GENERAL

Derechos de autoría	II
Certificación de tutor	III
Aprobación del tribunal	IV
Agradecimiento	V
Dedicatoria	VI
Resumen	XII
Abstract	XIII
1. Capítulo I. Antecedentes	1
1.1. Introducción	1
Situación problemática.	6
Hipótesis de investigación	7
1.2. Objetivos	7
1.2.1. Objetivo General	7
1.2.2. Objetivos Específicos	7
2. Capítulo II. Desarrollo Metodológico	8
2.1. Metodología de la investigación	8
2.1.1. Descripción de etapas, métodos y técnicas utilizadas	11
2.1.2. Ilustraciones gráficas	12
2.1.3. Descripción metodológica por objetivos	13
3. Capítulo III. Resultados y Discusión	18
3.1. Fase 1: Diagnóstico turístico situacional del territorio	18
3.1.1. Caracterización General, ambiental, social, cultural, económica y política	18
• Caracterización Ambiental	19
• Caracterización social	22
• Caracterización cultural	23
• Caracterización económica	27
• Caracterización política	29
3.1.2. Identificación de problemas	30
3.1.3. Análisis turístico estratégico del territorio de Junín	33
3.1.4. Inventario y Jerarquización de recursos turísticos	35
3.1.5. Atractivos turísticos del cantón Junín	36
• Atractivos naturales	36
• Atractivos culturales	38
• Otros atractivos turísticos	50
3.1.6. Facilidades turísticas	51

• Alojamiento	51
• Transporte	51
3.1.7. Criterios para Jerarquización de productos turísticos	55
• Establecimientos no turísticos	59
3.1.8. Determinación de potencialidades turísticas del cantón Junín	60
3.1.9. Identificación de Alianzas estratégicas	61
3.1.10. Descripción de la gestión turística y análisis de la situación	62
3.2. Fase2. Estudio del Mercado Turístico	64
3.2.1. Análisis de la demanda turística local	64
• Demanda turística de la Comunidad La Mocerita	64
3.2.2. Perfil del turista potencial para el ciclopaseo vivencial	65
3.2.3. Percepción de los ciclistas sobre generación de demanda cicloturística en Junín	69
3.2.4. Análisis de la competencia	72
3. Fase3. Creación del producto	74
• Potencialidades encontradas en el territorio para el cicloturismo	74
• Tipificación de rutas ciclísticas	79
3.3.1. Estudio técnico de la ruta	80
• Localización y características del destino	80
• Ingeniería del proyecto	81
• Análisis legal	83
• Análisis de costos aproximados de implementación de la ruta	88
3.3.2. Diseño de la ruta	89
• Diseño del circuito	89
• Facilidades y accesos	92
• Plan de capacitación a servidores y actores	93
• Alianzas estratégicas	94
• Operación turística de la ruta	96
• Mapa de la ruta de ciclopaseos vivenciales	97
• Estaciones del circuito turístico de la Ruta Panela y Pedal en imágenes.	98
• Itinerario de la ruta Panela y Pedal	100
3.3.3. Plan de comercialización del producto.	100
• Marca turística	100
• Descripción de los elementos de la marca	101
• El logotipo	101
• El Isotipo	101
• Valor agregado o promesa	102
• Paquetes turísticos	102

3.3.4. Plan de auto sustentabilidad	105
• Manejo de relaciones con los clientes: Captación de los clientes	105
• Relaciones pre y post venta	105
• Registro de clientes y fidelización	106
• Características del producto	106
• Actividades complementarias	106
• La Diferenciación	106
• La Innovación	107
• Necesidades que satisface	107
3.3.5. Plan de Marketing	108
• Misión	108
• Objetivos de la empresa	108
• Cartera de negocios	108
• Relación que va a tener el producto con los servicios circundantes	109
• Producto estrella y negocios claves	109
• Segmento de mercado	110
• Promoción	110
3.4 Fase 4. Validación del Producto	111
3.4.1 Identificación de las características a evaluar	111
3.4.2 Selección de expertos	111
3.4.3 Diseño del instrumento de recolección de datos	112
3.4.4 Consulta a expertos	112
3.4.5 Procesamiento de la información	113
3.4.6 Comunicación y presentación de los resultados de validación	113
4. Capítulo IV. Conclusiones	114
Referencias bibliográficas	115
Anexos	119
Anexo 1: Formato de encuesta aplicada a ciclistas durante la competencia Desafío Junín 2018	120
Anexo 2: Ficha de encuesta para caracterización turística de comunidades	121
Anexo 3: Ficha de caracterización de la demanda de la Comunidad La Mocerita	129
Anexo 4: Ficha de encuesta para determinar el perfil de los clientes	132
Anexo 5: Resultados de las encuestas para determinar el perfil del turista potencial para el ciclopaseo vivencial (perfil de los clientes)	135
Anexo 6: Listado de dirigentes de organizaciones, Comunas y asociaciones del cantón Junín.	141
Anexo 7: Listado de actores intervinientes en el diagnóstico participativo	142
Anexo 8: Cooperativas de transporte público que transitan por Junín.	143

Anexo 9: Noticia el Diario Manabí, 15 de noviembre de 2018	145
Anexo 10: Fotografías mesas de trabajo	146
Anexo 11: Cronograma de actividades	147

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1. Modelos para la creación de productos turísticos	8
Tabla 2. Comparación entre los modelos metodológicos	9
Tabla 3. Metodología del modelo para la creación del producto Ruta de Ciclopaseos Vivenciales para el desarrollo del turismo en el cantón Junín	12
Tabla 4. Comunidades del cantón Junín	30
Tabla 5. Análisis turístico estratégico	34
Tabla 6. Bienes identificados en Junín por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC)	39
Tabla 7: Pasajeros que provienen de Quito a Junín en Cooperativa Reina del Camino	52
Tabla 8: Pasajeros que provienen de Guayaquil a Junín en Cooperativa Reina del Camino	53
Tabla 9: Flujo de pasajeros que transitan por Junín en Cooperativas: Canuto, San Cristóbal de Bolívar y Ciudad de Calceta	54
Tabla 10: Análisis General del total de personas que transitan por el cantón Junín	54
Tabla 11. Distancia de las principales ciudades del Ecuador hacia Junín	54
Tabla 12. Rangos de jerarquización.	55
Tabla 13. Descripción de Jerarquías	56
Tabla 14. Atractivos turísticos del cantón Junín	57
Tabla 15. Establecimientos turísticos del cantón Junín	58
Tabla 16. Establecimientos no categorizados como turísticos	59
Tabla 17. Matriz de potencialidades turísticas asociadas a atractivos del cantón Junín...	60
Tabla 18: análisis del perfil de la demanda	66
Tabla 19: Respuesta a pregunta: Regresarían al destino Junín	70
Tabla 20: capacidad del cantón para desarrollar el turismo a través de actividades deportivas y de aventura	70
Tabla 21: Maneras en que aportarían al desarrollo del turismo en Junín	70
Tabla 22: Sugerencia para que Junín desarrolle actividad turística	71
Tabla 23: Evaluación del perfil competitivo de Junín y sus competidores	73
Tabla 24: Tipificación de las rutas ciclísticas	79
Tabla 25: Costo total de implementación de la ruta	89
Tabla 26: Descripción de los atractivos de la ruta cicloturística	90
Tabla 27: Plan de capacitación a involucrados	94

Tabla 28: Alianzas estratégicas	95
Tabla 29: Itinerario de la Ruta Panela y Pedal	100
Tabla 30: Costos de paquetes turísticos con transporte incluido	103
Tabla 31: Costos paquetes turísticos sin transporte incluido	103
Tabla 32: Costos paquetes turísticos sin incluir transporte ni alquiler de bicicleta	104
Tabla 33: Paquetes turísticos temáticos	109
Tabla 34: Instrumento de validación del producto	113

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1: Distribución porcentual de áreas plantadas de caña de Azúcar en Junín	29
Figura 2: Diagrama del Recorrido (circuito)	90
Figura 3: Imagen gráfica del producto	101

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo diseñar el producto “Ruta de Ciclopaseos Vivenciales” para el desarrollo del turismo en el cantón Junín, Manabí, Ecuador. El trabajo posee un enfoque mixto, utiliza métodos teóricos de análisis y síntesis, y establece una metodología de cuatro fases. En la primera fase se realiza un diagnóstico turístico situacional identificando la oferta turística, potencialidades y problemáticas del territorio; utilizándose la técnica de inventarios del MINTUR (2017), actualizándose el catastro y realizándose un análisis estratégico del turismo, que evidenció su escasa planta turística, la inexistencia de productos turísticos integrados y diversificados; la baja confianza de la población en que el desarrollo del turismo pueda mejorar su calidad de vida y que en Junín el turismo no está considerado un sector prioritario gubernamental. La segunda etapa establece un estudio de mercado turístico analizando la demanda, la competencia y las tendencias del turismo; se confrontan fuentes primarias de información, se procesan encuestas mediante el paquete estadístico SPSS; se segmenta el mercado y se encuentra que Junín es considerada ciudad de paso; el turismo que se desarrolla es familiar y existe afluencia de jóvenes a sitios naturales. Como tercera fase se delinea un plan estratégico para la creación del producto turístico “Ruta de Ciclopaseos Vivenciales para el cantón Junín”; los resultados del diagnóstico y el análisis mercadotécnico posibilitaron la identificación de cuatro rutas, tres de ellas de ciclismo de aventura y extremo; y la propuesta de ciclismo vivencial para la que se creó una marca. La cuarta fase es la validación de expertos sobre la pertinencia en la creación de la “Ruta de Ciclopaseos Vivenciales” se comprueba que la consistencia entre sus opiniones es fuerte, y se confirma que el producto muestra como principales características: accesibilidad a todo público, aplicabilidad, factibilidad, impacto y beneficio a las comunidades.

PALABRAS CLAVES

Ciclopaseos vivenciales, diagnóstico turístico, potencialidades turísticas, productos identitarios

ABSTRACT

The goal of this research is to design the product "Experiential Cycling Route" for the development of tourism in the canton of Junín, Manabí, Ecuador. The work has a mixed approach, uses theoretical methods of analysis and synthesis, and establishes a four-phase methodology. In the first phase, a situational tourism analysis is made oriented to identify the tourist supply, potentialities and problems in the territory through the use of the inventory technique of the MINTUR (2017), with the implementation of this technique, the tourism attractions inventory was updated. The strategic analysis of tourism reported scarce tourist facilities, lack of integrated and diversified tourism products; the low confidence of the population regarding the development of tourism for the improvement of their quality of life linked to the fact that in Junín tourism sector is not considered as a governmental priority. The second stage implies a tourism market study focused on the analysis of the demand, competition and tourism trends; primary sources of information are confronted, surveys are processed through the statistical tool SPSS; the market is segmented and it is found that Junín is considered a transit city; the type of tourism developed is mainly familiar. The third phase outlines a strategic plan for the creation of the tourist product "Experiential Cycling Route for the Junín canton"; the results of this research enabled the identification of four routes, three of them for adventure and extreme cycling; and the experiential cycling proposal for which a brand was created. The fourth phase is the validation of experts on the relevance in the creation of the "Experiential Cycling Route" which verified that the consistency between their opinions is strong, and it is also confirmed that the product shows as main characteristics: accessibility for anyone, applicability, feasibility, impact and benefit to the communities.

KEY WORDS

Experiential cycling tours, touristic analysis, tourism potential, identity products

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. INTRODUCCIÓN

Estudios realizados por Larrinaga y Vallejos (2013); Pack (2013); de Esteban (2014); Batalla (2015), Chen (2015); Ruiz (2015); Yao (2015); del Río y Tabares (2016), y Vizcaino (2016), demuestran la importancia que tiene el desarrollo del turismo a escala global y su incidencia en el crecimiento económico de países de Europa, Asia y África. En sus estudios consideran que el turismo puede ser una importante alternativa para el desarrollo económico de países que carecen de infraestructura económica, pero que poseen atractivos naturales, culturales y étnicos para atraer turistas de todo el mundo. (Nora Santiago, 2017)

La Organización Mundial del Turismo sostiene desde hace ya varias décadas que la planificación nacional o regional del turismo trae consigo varios beneficios y ventajas. Por lo tanto, la actividad turística puede generar importantes beneficios económicos sin ocasionar graves problemas ambientales o sociales, además de preservar los recursos y atractivos de manera perdurable en el tiempo. De ahí que en las últimas décadas se fue consolidando el concepto de planificación estratégica aplicada al turismo, debido a que se han ido comprobando los beneficios que la implementación de estos procesos trae a los destinos turísticos. (Toselli, 2015)

La actividad turística representa un factor de desarrollo clave en la economía de numerosos países, entre ellos Ecuador, En el tercer trimestre del 2016, con más de 1.075 millones de dólares en ingresos, el turismo continuó como la tercera fuente de ingresos no petroleros detrás del banano y camarón, contribuyendo de manera directa con el 2,1% del PIB nacional y de manera indirecta con el 5,1%, acorde a la información publicada por la WTTC (Council, 2016).

Los viajeros buscan no sólo experiencias como se decía hace unos años. Ha llegado la era de las sensaciones. Y los visitantes se mueven más por eventos (deportivos, culturales, aniversarios...) que por visitar destinos. De ahí

la apuesta estratégica de muchos países que han optado por posicionarse en este segmento (Arenas 2017)

Sobre planificación del turismo, la Organización Mundial del Turismo (OMT) plantea lo siguiente: "La planificación del turismo en el contexto de la planificación global del uso del suelo crea las condiciones necesarias para lograr un desarrollo turístico integrado, controlado y sostenible. La planificación del turismo debe tener en consideración los diversos componentes del desarrollo turístico en el marco de los mercados de turismo y del medio ambiente local, ya sea natural, cultural o socioeconómico. La planificación se lleva a cabo siguiendo un proceso sistemático de fijación de objetivos, estudio y análisis, formulación del plan y recomendaciones y ejecución. A todo ello habrá de seguir una gestión continuada."

La sistematización de la gestión turística es un factor tan importante como una correcta planificación y un adecuado desarrollo turístico sostenible. La gestión efectiva va a depender de una buena dirección, de una descentralización, de un dinámico organigrama institucional, de un buen equipo de técnicos y profesionales en la dirección y ejecución del plan nacional de desarrollo turístico sostenible y de una armónica relación entre los sectores público y privado, entre otras medidas. Se otorgará una importancia capital a la creación de mecanismos institucionalizados que logren efectivamente incorporar a representantes de las comunidades receptoras de turismo, logrando que su participación tenga la ponderación que amerita el desarrollo sus poblaciones. (Kalalú-Danza, 1999)

La única manera de confirmar que un territorio posee verdaderamente un potencial de desarrollo turístico que justifique unas determinadas inversiones es a través de una evaluación rigurosa que tenga en cuenta los atractivos del territorio, la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado" (Pérez, 2010).

La actividad turística genera diferentes impactos en función de los territorios donde se implementa, algunos de ellos de consecuencias realmente negativas e irreversibles para la población local y la calidad del medio ambiente. Por ello, la planificación turística resulta de vital importancia para asegurar una correcta

dinamización de los destinos turísticos y un desarrollo territorial basado en criterios sostenibles. (Udima., 2018)

“Una buena incorporación de la planificación estratégica turística va de acuerdo a las tendencias de planificación a nivel mundial y se debe realizar tomando en cuenta el contexto del país y de las particularidades de las regiones y localidades para asegurar la congruencia entre las tendencias de desarrollo y las posibilidades reales de implementación, lo que permite diseñar estrategias y acciones específicas para cada situación y aumentar sus impactos positivos” (Entorno, 2018).

Las operaciones de un destino turístico se basan en los productos turísticos. En efecto, cuando éstos no corresponden a las necesidades y expectativas de los turistas, no se puede aprovechar plenamente el potencial de dicho destino. A pesar de ello, sólo unos pocos destinos centran su atención en el desarrollo y en la oferta de diversas atracciones y actividades que aporten un valor añadido al producto turístico.

Es importante entonces definir lo que es un producto turístico: Para Kotler 1992:5 “Es todo aquello susceptible de ser ofrecido para satisfacer una necesidad o un deseo”. El producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos, turista (Cárdenas 1986).

Desde la perspectiva del turista, el producto turístico; puede considerarse como una experiencia, en el transcurso de la cual son utilizados productos muy diversos (Medlik y Middleton, 2010) puede considerarse como una amalgama de atracciones, de variopintas ofertas de destino y de accesibilidad a los distintos lugares.

La creación de un producto turístico debe considerar varios aspectos como: los recursos turísticos del lugar que son los recursos naturales, culturales, históricos, gastronómicos, etc., con los que cuenta determinado lugar y que tienen un potencial para el turismo; los Servicios y equipamientos turísticos que permiten la permanencia del turista en el lugar; la accesibilidad, es decir la infraestructura (carreteras, aeropuertos, estaciones de autobús, etc.) y los tipos

de transporte disponibles; la imagen del destino de venta que puede ayudar a que el turista acepte el producto o lo rechace, es el principal factor que determina las expectativas de los turistas; y, el precio que es el total que paga el turista por los servicios y disfrute de sus actividades, el precio varía de acuerdo a la calidad del servicio, la distancia recorrida, las actividades realizadas, etc.

El proceso de elaboración o creación de un producto turístico contempla varias etapas, primero se debe esclarecer ¿Qué tipo de negocio se quiere crear? Ecoturismo, turismo de sol y playa, etc., siempre tomando en cuenta qué recursos dispone la localidad; Segundo ¿Qué producto ofrecer? es decir, qué servicios y recursos deben componer el producto. Y por último, pensar qué hacer para que los productos puedan venderse, es decir, elaborarlos adecuadamente (establecer los días, el costo, que recursos incluirá, etc.) y con la garantía de que se logrará satisfacer las necesidades del turista. (Scribd, 2018)

“Es necesario buscar productos complementarios que llenen vacíos del mercado, hacer productos novedosos que se diferencien de los demás, para que añadan valor a la ruta o destino donde se encuentran. Un destino maduro debe abarcar el máximo de los diferentes segmentos del mercado, ejemplo: sol y playa, aventura, sitios arqueológicos, golf, cruceros, pesca, cultura, etcétera.

La tendencia del turismo en todo el mundo es buscar la paz y belleza de la naturaleza y, en segundo lugar, por una nostalgia de lo que ya se fue, regresar a las raíces propias; hay que garantizar una paternidad y continuidad de los productos para su éxito. Un producto no sustentable, no es viable; hay que desarrollar productos para las mayorías, accesibles económicamente para obtener un mayor universo de visitantes y, por otro lado, disfrutable por la mayoría de los miembros de una familia”. (Pali, 2012)

Aprovechar la riqueza cultural del país para diferenciarse y todos los productos por región, aprovechando sus diferentes raíces, etnias, lenguas, costumbres, historia, arquitectura, cocina, música, bailes, vestido, artesanías; aprovechar la calidez y amabilidad del anfitrión virtud muy apreciada por los visitantes; Integrar al producto, a través de cursos, la vocación de servicio y atención de

primera clase al visitante en toda la cadena de valores; hacer las cosas bien y de calidad a la primera.

Nunca habrá una segunda oportunidad para causar una buena primera impresión; una ruta o un destino necesariamente debe de contar con uno o varios productos anclas, mismos que por su relevancia se convertirán en los principales imanes detonadores de la región. Es importante crear una mayor masa crítica de productos turísticos por rutas o destinos; una mayor masa crítica de destinos por región, esto es juntar o acercar puntos de interés a visitar para enriquecer y así aumentar el interés por un paseo más completo; es importante interactuar con el turista para que viva experiencias únicas, momentos mágicos, que la gente regrese emocionada a casa contándole a todo el mundo lo que le sucedió, lo que vivió; hay que desarrollar productos con un tema que cuenten una historia inolvidable, de preferencia con carácter local. La provincia de Manabí es la tercera en tamaño de población, y cuenta con activos turísticos sobre todo de tipo costero y marino, por lo que es la cuarta provincia en visitas nacionales y la quinta en preferencias de turistas internacionales. No obstante lo anterior se percibe que no se está explotando los recursos mediante un diseño de productos turísticos acotados a una mejor segmentación del mercado, ni por medio de canales de marketing más amplios para los mismos, lo que implica el gran desafío de la industria en el Ecuador en general y Manabí en particular. (Moreira J. J., 2015)

Para (Reinoso, 2017) la Provincia de Manabí muestra un estancamiento de la gestión turística más aún después del terremoto del 16 de abril de 2016, no se proyectan avances en la planificación estratégica e infraestructura, no existen planes de acción específicos en ejecución que promuevan la participación activa de las instituciones públicas y privadas, se observa falta de creatividad y de gestión en los emprendimientos turísticos de la localidades, así como la inexistencia de ofertas que estén de acuerdo a la demanda, destrucción y contaminación de los recursos naturales, y la mala calidad en el servicio, constituyen las principales problemáticas que caracterizan las comunidades turísticas del territorio.

La actividad turística en Manabí post terremoto debe replanificarse (García, Carreño, & Doumet, 2016), así lo exige la nueva realidad, se hace necesario diagnosticar los recursos turísticos, identificar los problemas y sus causas que motivan el estancamiento en la gestión turística, conocer las necesidades y exigencias de los prestadores de servicios turísticos, rediseñar nuevos productos dirigidos a motivar la demanda e implementar estrategias que motiven la reactivación de la actividad turística a través del mejoramiento de las ofertas turísticas, y la comunicación (marketing) del destino.

Se observa que en el cantón Junín no existen productos y es escasa la planta turística que aporte al desarrollo local, a pesar de que los atractivos naturales y culturales son palpables cuando se recorre su área urbana y rural. Ni la población, ni las autoridades han divisado que el turismo puede ser una fuente de generación de empleo y de dinamización de la economía que podría facilitarles una herramienta de subsistencia adicional a las actividades económicas tradicionales y del aporte que el turismo podría dar al desarrollo ordenado, atractivo, recreativo e inclusive motivar a mejorar el preocupante nivel de escolaridad de la ciudadanía, ya que según el Censo de Población y Vivienda INEC 2010 el nivel de educación al que llegan los ciudadanos del cantón Junín es el Primario, partiendo de muchos motivos como la centralidad de los establecimientos de nivel medio, el pésimo estado en que se encontraban las vías, los medios de transporte, entre otros; principalmente de la zona rural (JUNÍN, 2016)

Esta **situación problemática** que se plantea en la presente investigación al no existir productos turísticos variados e integrados en el cantón Junín que permitan un adecuado desarrollo de la actividad turística, bajo un enfoque de turismo sostenible a corto, mediana y largo plazo y permita enfrentar y responder a las exigencias tanto de los actores turísticos como de la demanda cada vez más consciente y conocedora de las tendencias del turismo. Por lo que el **problema científico** derivado de la situación problemática planteada se expresa de la forma siguiente: ¿Cómo la creación de un producto turístico Ruta de Ciclopaseos Vivenciales” contribuye al desarrollo del turismo en el cantón Junín, Manabí, Ecuador?

Para dar solución al problema científico se plantea como **hipótesis de investigación** que: La creación del producto “Ruta de Ciclopaseos Vivenciales en el cantón Junín” contribuiría al desarrollo del turismo y al dinamismo de la economía local.

Las razones que justifican esta investigación consisten en la actualización de las conceptualizaciones pertinentes más novedosas empleadas y la posibilidad de aplicarlas en función de desarrollar e identificar una metodología para diseñar productos turísticos integradores, basadas en un estudio de la oferta y la demanda a través de una segmentación del mercado, como herramienta básica para conocer las motivaciones de los clientes que visitan el cantón Junín en Ecuador, lo que permite establecer un plan de marketing del producto diseñado sobre la base de garantizar un turismo sostenible y satisfacer las exigencias de la demanda motivada y consciente de ejercer un turismo que proteja el medio ambiente.

Todo esto determina el objetivo general y los objetivos específicos de la investigación, los que se presenta de la forma siguiente:

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GENERAL:

- Diseñar el producto “Ruta de Ciclopaseos Vivenciales” para el desarrollo del turismo en el cantón Junín, Manabí, Ecuador.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Realizar un diagnóstico turístico situacional identificando la oferta turística, las potencialidades y problemáticas en el cantón Junín.
- Estudiar el mercado turístico identificando la demanda, la competencia y las tendencias del turismo en el territorio.
- Crear el producto turístico “Ruta de Ciclopaseos Vivenciales para el cantón Junín”.
- Validar la creación del producto turístico “Ruta de Ciclopaseos vivenciales para el cantón Junín”

CAPÍTULO II. DESARROLLO METODOLÓGICO

2.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Con el objetivo de realizar el marco metodológico para crear el producto turístico “Ruta de Ciclopaseos Vivenciales para el cantón Junín, se analizan cinco modelos de varios autores. En la tabla N° 1 se describen sus fases o etapas, cada uno se ordena de manera cronológica, desde los más antiguos hasta los más actuales y posteriormente se realiza un análisis mediante una matriz de integración de conceptos.

Tabla 1. Modelos para la creación de productos turísticos

Modelos / Autores	Fases o Etapas
<p>La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas Tomás J. López-Guzmán Guzmán^{2h} Sandra M^a Sánchez Cañizares (2008)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fase de lanzamiento: creación de organización que gestione la ruta y adecuación. 2. Fase de desarrollo 3. Fase de consolidación
<p>Metodología específica para la creación de producto turístico en torno a vías verdes. Jesús Blázquez y Juan Sarrión (2014)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar y evaluar los recursos disponibles 2. Identificar el perfil del cliente 3. Concretar los aspectos básicos del producto. 4. Añadir valor a la propuesta. 5. Comercialización 6. Formación de los Product Manager 7. Creación del Club de Producto Vías Verdes.
<p>Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos por: Gómez Ceballos, Glicería (2014)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proceso de identificación de la demanda 2. Generación y selección de ideas Actividades a realizar Definición y prueba del concepto de producto 3. Producto turístico Integración de la oferta turística 4. Estudios de viabilidad: Viabilidad técnica. Impacto en el medio natural Viabilidad administrativo legal Impacto social

	Viabilidad comercial	económico-financiero-
<i>Rutas turístico-culturales e itinerarios culturales como productos turísticos: reflexiones sobre una metodología para su diseño y evaluación.</i> <i>M. Arcila Garrido, J. A. López Sánchez, A. Fernández Enríquez (2015)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selección de hitos 2. Valoración Elaboración y Validación cuestionario. Valoración de hitos 3. Introducción de los datos 4. Análisis de variables y propuestas 	
<i>Productos turísticos, Metodología para su elaboración.</i> <i>María del Carmen Saravia y Marta Noemí Muro (2016)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organización 2. Recopilación y selección de la información 3. Análisis de los elementos constitutivos del sistema turístico 4. Identificación de los actores locales. 5. Elaboración de propuestas de productos turísticos. 	

Fuente: Elaboración propia

El análisis de los modelos expuestos permite identificar y comparar los diversos indicadores que los autores han llevado paso a paso para la consecución de los objetivos de sus trabajos investigativos. En la tabla N° 2 se hace la comparación entre los distintos modelos.

Tabla 2. Comparación entre los modelos metodológicos.

N°	Año	Autor											Total	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	2008	<i>Tomás López</i>		X							X	X		3
2	2014	<i>J. Blázquez</i>	X	X	X	X	X			X	X			7
3	2014	<i>G. Glicería</i>			X		X		X	X		X		5
4	2015	<i>M. Arcila</i>	X					X		X	X			4
5	2016	<i>M. Saravia</i>		X	X	X	X		X	X				6

Fuente: Elaboración propia

Leyenda:

1. Identificación de los actores
2. Identificación de la demanda
3. Recopilación y selección de la información

4. Integración de la oferta turística
5. Análisis de los datos
6. Valoración y análisis de los elementos constitutivos
7. Elaboración de propuesta de productos turísticos
8. Análisis de las propuestas
9. Análisis de impactos
10. Comercialización

Este análisis comparativo es el resultado de los modelos metodológicos consultados de Tomás López (2008); J. Blázquez (2014); G. Glicería (2014); M. Arcila (2015) y M. Saravia (2016). Para la realización del mismo fueron definidas once variables: 1. Identificación de los actores, 2. Identificación de la demanda, 3. Recopilación y selección de la información, 4. Integración de la oferta turística, 5. Análisis de los datos, 6. Valoración y análisis de los elementos constitutivos, 7. Elaboración de propuesta de productos turísticos, 8. Análisis de las variables y las propuestas, 9. Análisis de impactos y 10. Comercialización.

Del estudio de cada modelo metodológico y de cada una de las variables, se establece lo siguiente:

- ✓ Las propuestas de producto son el aspecto común en todos los modelos metodológicos estudiados, mientras que identificar a la demanda, recopilar y seleccionar la información, analizar los datos y los impactos de la creación del producto turístico se establecen en tres de los cinco trabajos de investigación en estudio. Para J. Blázquez (2014) y M. Arcila (2015) además se deben identificar a los actores como punto de partida de la metodología y G. Glicería (2014) y M. Saravia (2016) coinciden en incluir en la misma la elaboración de la propuesta de productos turísticos.
- ✓ La etapa de comercialización está explícita únicamente en el modelo de G. Glicería (2014) y la valoración y análisis de los elementos constitutivos de la propuesta es claramente una fase muy importante para M. Arcila (2015) y no así para el resto de autores. El modelo de M. Saravia (2016) denomina a una fase Integración de la oferta turística, que es fundamental en el caso de estudios de mercado.

- ✓ Ninguno de los modelos contiene etapas de socialización y capacitación, tampoco de inclusión a la comunidad; no plantean una gestión sostenible para el desarrollo de productos; solamente Gómez Glicería 2014, tiene un componente de impacto en el medio natural.

Se demuestra que los productos turísticos son de naturaleza dinámica, cada uno responde a una necesidad diferente y se crean en base a recursos, atractivos, equipamiento, infraestructuras, servicios, actividades recreativas, representaciones y valores culturales propios, a veces únicos en cada territorio. Los modelos de estudio no responden a la totalidad de las variables, cada autor implementa una metodología distinta según el tema de investigación, aunque el análisis y valoración de las variables sirve de retroalimentación y de base para el planteamiento de la propia a seguir en adelante.

2.1.1 DESCRIPCIÓN DE ETAPAS, MÉTODOS Y TÉCNICAS A UTILIZARSE

La naturaleza dinámica del turismo queda demostrada en el anterior estudio realizado, ninguno de los modelos sigue un formato pre establecido, pero aportan con numerosos indicadores que deben ser considerados en la creación de un producto turístico.

Es así que se considerarán para la elaboración de la guía metodológica:

Metodología específica para la creación de producto turístico en torno a vías verdes (Sarrión, Metodología específica para la creación de producto turístico en torno a vías verdes., 2014) y *Productos turísticos, Metodología para su elaboración*. (Muro, 2016) por la puntuación que obtuvieron en la tabla N° 2 y por ser las más compatibles con el tema de esta investigación.

La propuesta a seguir para la creación del producto “Ruta de Ciclo Paseos Vivenciales” para el desarrollo del turismo en el cantón Junín, requiere de un modelo que agilite las actividades y arroje resultados favorables para lograr el diagnóstico turístico situacional del cantón Junín que permita establecer un estudio de mercado turístico para identificar la demanda, la competencia y las tendencias del mismo; la creación en sí mismo del producto turístico “Ruta de Ciclo Paseos Vivenciales para el cantón Junín” y además la respectiva validación de expertos; que son los componentes planteados en este trabajo de investigación.

Entendiendo las diferencias del entorno y su incidencia se harán las modificaciones a las metodologías escogidas para obtener un modelo general para la creación del producto “Ruta De Ciclopaseos Vivenciales” para el desarrollo del turismo en el cantón Junín, Manabí, Ecuador, cuyas fases se detallan en la tabla N° 3:

2.1.2 ILUSTRACIONES GRÁFICAS

Tabla 3. Metodología del modelo para la creación del producto Ruta de Ciclopaseos Vivenciales para el desarrollo del turismo en el cantón Junín.

FASE	ACTIVIDADES	TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS
FASE 1: Diagnóstico turístico situacional del territorio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Caracterización general: ambiental, social, cultural, económica y política 2. Identificación de problemas 3. Inventario de recursos y jerarquización de recursos turísticos (identificación oferta) 4. Identificación de alianzas estratégicas. 5. Descripción de la gestión turística y análisis de la situación actual del territorio 	<ul style="list-style-type: none"> • Fichas de inventarios • Fichas de observación • Catastro • Reuniones, diagnóstico participativo. • Entrevistas • FODA
FASE 2: Estudio del mercado turístico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis de la demanda Turística Local 2. Perfil del turista potencial para el ciclo paseo vivencial. 3. Percepción que tienen los ciclistas de la generación de demanda cicloturística en el cantón Junín. 4. Análisis de la competencia 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de campo • Confrontación de fuentes • Encuestas a visitantes • Programa SPSS • Encuestas a ciclistas

FASE 3: Creación del producto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudio Técnico de la ruta <ul style="list-style-type: none"> • Localización y Características del destino • ingeniería del Proyecto • Análisis legal • Análisis costos implementación 2. Diseño de la ruta <ul style="list-style-type: none"> • Diseño del circuito • Facilidades y accesos • Plan de capacitación a servidores y actores. • Alianzas estratégicas • Operación turística de la ruta. 3. Plan comercialización del producto <ul style="list-style-type: none"> • Marca Turística • Paquetes turísticos • Plan de auto sustentabilidad • Promoción y distribución. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mesas de trabajo • Observación de campo. • Visitas a actores • Contenidos de capacitación • Matriz de costo.
FASE 4: Validación del producto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificación de las características a evaluar 2. Selección de expertos 3. Diseño del instrumento de recolección de datos 4. Consulta a expertos 5. Procesamiento de la información 6. Comunicación y presentación de los resultados de la validación 	<ul style="list-style-type: none"> • Método de expertos

Fuente: elaboración propia.

2.1.3 DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA POR OBJETIVOS

Objetivo 1: Diagnóstico turístico situacional del territorio

Según el Manual de Diagnóstico Turístico Local de Carla Ricaurte (2009), éste consiste en la recolección de información y análisis técnico de los 6 elementos que permiten el funcionamiento turístico de un destino (atractivos, oferta de servicios, demanda, infraestructura, gobernanza y comunidad receptora), así como de las condiciones del entorno que pueden influir en su dinámica. Este proceso tiene como propósito definir cuáles son los factores que están

afectando positiva o negativamente la actividad turística en el destino, identificar las oportunidades y limitaciones del desarrollo, así como facilitar la definición de estrategias y la toma de decisiones.

Con este fin, el diagnóstico se completa en tres etapas: La planificación y diseño del diagnóstico, la recolección de información de campo y el análisis y sistematización de resultados. (Ricaurte, 2009). Se realiza un análisis de todo el entorno geográfico y de las características generales del cantón Junín, necesario para la determinación de las potencialidades de su territorio para el cicloturismo. Los datos se obtienen con el soporte de la Dirección de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD Junín, 2016).

La literatura revisada abarca desde trabajos publicados en revistas científicas referentes al desarrollo local y metodologías para la construcción de diagnósticos de potencialidades turísticas, hasta libros escritos sobre el cantón Junín en los últimos cinco años en idiomas Inglés o Español. Se ha encontrado en esta revisión que la mayoría de las fuentes coinciden en la información sobre las características, geográficas, culturales, sociales, ambientales, productivas por lo que se la contrasta con la información actualizada que se encuentra en el último PDOT (2016) (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Junín, 2016) llegándose a concluir que son equivalentes entre ellos.

El trabajo de campo se realiza en el área urbana y rural del cantón Junín con el soporte del Manual de Diagnóstico Turístico Local de Carla Ricaurte (2009). Las potencialidades identificadas para el cicloturismo tienen un enfoque de sostenibilidad turística, es decir se toman en consideración los ejes ambientales, económicos y sociales para cada una de ellas. Se determinan los límites político – territoriales en el mapa cantonal para graficar el sistema turístico evaluado para la consecución de los objetivos del trabajo de investigación.

El modelo metodológico para la creación del producto Ruta de Ciclopaseos Vivenciales para el desarrollo del turismo en el cantón Junín tiene cuatro fases. La primera comprende un diagnóstico turístico situacional del territorio que abarca una caracterización ambiental, social, cultural, económica y política; identificación de problemas; inventario de recursos y jerarquización de

atractivos turísticos; identificación de alianzas estratégicas; descripción de la gestión turística y análisis de la situación actual del territorio.

Para el logro de las actividades planteadas se aplican tres tipos de fichas: La ficha de Diagnóstico Turístico de Comunidades que recoge las ideas de varios documentos de caracterización de comunidades y los adapta a la realidad turística, con especial énfasis en la metodología de caracterización de comunidades del Sistema de Información Local del INEC (2003). La ficha de Caracterización de Demanda que sigue las recomendaciones de la Organización Mundial de Turismo (OMT 2009) y la Ficha de Ministerio de Turismo para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos actualizada al 2017.

Con la ficha de diagnóstico turístico de comunidades se obtiene información técnica sobre el potencial de Junín para el turismo, en las que se recoge información respecto a la infraestructura, gobernabilidad, planta turística y de la comunidad. (Anexo N° 1)

El personal de apoyo permanece en el lugar de estudio por 7 días, tiempo en que se completan los datos requeridos.

Utilizando la ficha de caracterización de la demanda se recoge en su mayoría información cualitativa de la comunidad y se aplica simultáneamente con la ficha de Diagnóstico Turístico, se lo hace por medio de observación directa y preguntas a quienes proporcionan los datos sobre la frecuencia de la visita, la forma de viaje, el origen de la demanda, los motivos de la visita, el tiempo de estadía y el gasto promedio (Anexo N°2)

La ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos (Existe una ficha única que el Ministerio de Turismo entrega a los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs) para realizar los inventarios de atractivos y recursos turísticos). Para esta etapa de la investigación se trabaja con la ficha actualizada al año 2017 en conjunto con el Director de Turismo del GAD Junín. En esta ficha se deben llenar los siguientes campos: Datos generales, ubicación del atractivo, características, accesibilidad y conectividad, planta turística, estado de conservación del atractivo, higiene y seguridad turística, política y regulaciones, actividades que se practican, promoción y comercialización del atractivo, registro de visitantes y afluencia, recurso

humano, descripción del atractivo, anexos, firmas de responsabilidad. Además la hoja electrónica contiene una hoja para ponderación de resultados y una adicional para características del atractivo (Accesibilidad). Esta ficha no se incluye en los Anexos por asuntos de propiedad intelectual y de exceso de espacio que ocupa.

Se efectúan además reuniones aplicando la técnica de diagnóstico participativo a fin de identificar necesidades y problemáticas de la comunidad y determinar las rutas óptimas que pueden ser fortalecidas para posicionar al cantón Junín como potencia cicloturística del país. Para la consecución de los objetivos además se realizan encuestas, se mantienen reuniones con las autoridades municipales, se cumplen mesas de trabajo con los actores, se hacen visitas de campo, se realizan entrevistas a los actores principales y un análisis turístico estratégico para esta parte del trabajo investigativo, a través de la matriz FODA.

Objetivo 2: Estudio del mercado turístico

Para la segunda fase del estudio del mercado turístico, se realiza un análisis de la demanda Turística Local y Nacional, se determina el perfil del turista potencial para el ciclo paseo vivencial y se estudia la competencia. Estas actividades son realizadas mediante técnicas y herramientas de observación de campo, confrontación de fuentes, aplicación de encuestas a potenciales consumidores del producto cicloturístico que se plantea. Los datos obtenidos se tabulan mediante el uso de una hoja electrónica con el respectivo análisis y conclusiones.

Objetivo 3: creación del producto

Contempla como primer punto, un estudio técnico de la ruta que incluye la descripción de la localización y características del destino, la ingeniería del proyecto y un análisis legal y financiero. Seguidamente el diseño de la ruta con la demarcación del circuito determinando facilidades y accesos, un plan de capacitación a servidores y actores; alianzas estratégicas entre entes turísticos inmersos en la actividad y el planteamiento de un modelo de operación turística para la ruta. En esta fase se incluye además un plan comercialización del producto con su debida marca, paquetes turísticos y un plan de auto

sustentabilidad de la ruta. Aquí también se delinean las estrategias de promoción y distribución del producto.

Objetivo 4: Validación del producto

Para llevarla a cabo se han definido las siguientes actividades: Identificación de las características a evaluar, Selección de expertos, Diseño del instrumento de recolección de datos, Consulta a expertos, Procesamiento de la información, Comunicación y presentación de los resultados de la validación; cada una de éstas se llevaran a cabo mediante la aplicación del Método de Expertos.

CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 FASE 1: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL DEL TERRITORIO

En la siguiente fase se mostrarán todos los resultados logrados, partiendo de una caracterización general, ambiental, social, cultural, económica y política, se identifican problemas y se realiza un análisis estratégico del sector turístico del cantón Junín.

3.1.1 CARACTERIZACIÓN GENERAL, AMBIENTAL, SOCIAL, CULTURAL, ECONÓMICA Y POLÍTICA

El cantón Junín está ubicado geográficamente a: 0° 56' 8" de longitud sur y 80° 11' 0" de longitud oeste. Según el último censo realizado por el INEC, (2010), en el cantón Junín se registraron 18.942 habitantes, de los cuales 9.192 son mujeres y 9.750 hombres. Limita al norte con los cantones Tosagua y Bolívar, al sur con el Cantón Portoviejo, al este con el cantón Bolívar y al oeste con los cantones Tosagua, Rocafuerte y Portoviejo. El INEC registró que Junín tiene 247,30 Km², pero el Gobierno Autónomo Descentralizado realizó un estudio sobre los límites cantonales y obtuvo una cifra superior a la que indican las estadísticas, debido a que según el análisis tiene 270,49 Km².

Según información que consta en el PDOT (2016), el relieve del cantón es muy accidentado, existe un pequeño sistema de elevaciones con altitudes que varían desde 100 a 400 msnm que conforman las tabladas de Los Ranchos, La Esperanza, El Algodón, El Roncón y Piquigua, y otra muy importante el Cerro de Junín con elevaciones de más de 400 msnm. La temperatura media es de 25,8 °C, en los meses de julio y agosto se presentan valores ligeramente más bajos con respecto a la media anual. Las variaciones mensuales de las temperaturas no son significativas ya que su amplitud (diferencia entre los valores máximos y mínimos) está alrededor de 2°C.

Tiene planicies cortas y sucesivas montañas, que acumulan humedad, de las aguas que se precipitan abundantes en la estación lluviosa. De ellas vierten pequeños arroyuelos, algunos con el líquido vital permanente, aun en verano, si es que la estación anterior no ha sido demasiado seca, conforme se da con

alguna frecuencia en nuestro litoral, en su costa externa. Estos pequeños arroyuelos, entregan su caudal a otros sistemas hídricos mayores, hasta quedar confundidos en dos: el estero Palmar y el río Grande o Mosca. El Palmar bordea por el oeste y el Mosca por el norte la planicie en que se asienta la población de Junín. El primero termina siendo tributario del segundo y éste desemboca en el río Carrizal de Calceta.

El principal afluente es el río Mosca posee una longitud de 34 km desde su nacimiento en las montañas del sitio Dos Bocas de Andarieles hasta su desembocadura en el río Carrizal del cantón Bolívar, su caudal es permanente durante todo el año principalmente en la época invernal. El estero el Palmar es de menor caudal pero ambos riegan extensas zonas agrícolas, junto al Andarieles y Chichanda.

Existen 37 esteros en total, entre los que se encuentran: Estero Dulce, Pechichal, la Palma, El Naranjo, Come Tierra, San Pablo, Chavela, Casados, Naranjito, La Mijarra, Agua Fría, Patagonia, Mendoza, El Cedro, La Reforma, Zapote, San Ignacio, Lavapata, El Mate, El Retorno, La Vainilla, Salado, El Despeño, Shadu, Gional, Pita Grande, Bejuco, La Maravilla, El Toro, Naranja, Seco, Cajamarca, La Piquigua, Venado, Astillero, Corosillo. Las zonas inundables son usadas para el sembrío de ciclo corto.

La cabecera cantonal tiene una altitud de 46 metros sobre el nivel del mar, una de las características que marcan su topografía, es la presencia del cauce natural que atraviesa la ciudad. Junín maneja gran producción agropecuaria y ganadera, tiene suelos propicios para plantación de productos de ciclo corto con una gran variedad de frutas tropicales, tiene garantizada una demanda creciente a nivel local y regional, su cercanía Portoviejo con una vía de acceso que lo ubica a 35 minutos del mismo y el cantón Bolívar a 15 minutos; son una alternativa viable a los mercados sobre todo a los de mayor acopio.

- **CARACTERIZACIÓN AMBIENTAL:**

Las competencias de calidad ambiental en las ciudades han sido asumidos por los Municipios al enfrentar la dotación de servicios básicos (agua potable, eliminación de residuos sólidos, alcantarillado) y de espacios públicos dedicados a la recreación; sin embargo, aspectos como la viabilidad e

integralidad de los ecosistemas, participación ciudadana en la generación de políticas ambientales, o remediación ambiental han sido dejados de lado, bien sea por falta de experticia en esos temas o por falta de recursos económicos.

En el cantón Junín el aire tiene condiciones que lo depuran ya que existen aún grandes masas de vegetación. Actualmente la contaminación del aire en Junín es considerada baja, ya que la emisión de gases de tubos de escape del parque automotor y motorizado de la ciudad se ha incrementado pero no en situaciones exageradas a diferencia de otras ciudades. Otro contaminante al aire es la quema de basura por la insuficiente educación ambiental. La proliferación de planteles avícolas y la crianza de ganado vacuno podrían generar impactos, pero no se han realizado estudios al respecto.

El servicio de agua potable en el cantón Junín proviene de la planta de potabilización del sector de la Estancilla, del cantón Tosagua. A los habitantes del cantón se les provee de este líquido vital generalmente por las mañanas, y los domingos hasta las 16H00, en temporada invernal en ocasiones no se cuenta con agua potable por algunos días. Es por este motivo que los habitantes optan por la construcción de pozos de agua salobre.

En la actualidad la conciencia pública y el interés ambiental se han incrementado y este fenómeno creciente se refleja en la situación de dinámica institucional y las nuevas políticas ambientales que corresponden a una gama de problemas y necesidades ambientales propio de un acelerado proceso de crecimiento del sector económico de lo que se desprende la necesidad del fortalecimiento del marco institucional y de un nuevo régimen de políticas ambientales prometedoras para la gestión pública del ambiente en el corto plazo, dentro de la que sobresalen la asignación de recursos económicos y humanos y la educación ambiental, en beneficio a la protección de los recursos naturales, pues es la constante para asegurar a las futuras generaciones vivir en un ambiente sano y equilibrado, como lo establece la Constitución.

En la imagen N° 1 y según información del PDOT (2016) se puede constatar que el cantón Junín así como la provincia de Manabí se encuentran 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. Se pueden diferenciar dos tipos de ecosistemas en el cantón, al norte se encuentra matorral seco de tierras bajas de la costa; bosque deciduo de tierras bajas de la costa, y al sur y oriente, los ecosistemas están asociados a bosque siempre verdes.



Imagen 1: Sitio Dos Bocas

Foto: Lucía Intriago

Dentro de la fauna de Junín existen variedades de especies como el mono aullador (*Alouatta palliata*), guatusos (*Dasyprocta fuliginosa*), ardillas, tigrillos (*Felis wiedii*), armadillos (*Dasyus novemcinctus*), zarigüeyas (*Didelphis marsupialis*), perro de monte (*Potos flavus*), gatillos (*Sauz gatillo*), iguanas (*Iguana iguana*), arañas (*Polybetes pythagoricus*), serpientes y aves como garza (*Árdea herodias*), gavilanes (*Accipiter nissus*), garrapateros (*Crotophagaani*), palomas Santa Cruz (*Columba picazuro*), gallinazos (*Cathartes aura*), Perdiz (*Chupturellussoni*), Lora cabeciroja (*Aratinga erythrogenys*), Carpintero negro (*Dryocopus lineatus*), Azulejo (*Thraupiscoclestisspix*) (Imagen 2), Pava de monte (*Penélope purpuracens*), Perico (*Brotogeris pyrhopterus*), Cacique (*Psarocolius* sp). Entre la fauna de agua dulce se encuentran el Camarón de Río (*Samastacus spinifrons*), Langostino de Río (*Pleuroncodes monodon*), Vieja, Guaña, Pangora, Sengues.



Imagen 2: Azulejo
Foto: Luis Solari

Respecto a la flora, en el cantón Junín existe una gran variedad de especies nativas e introducidas. Existen maderables como: Cedro (*Cedrela odorata*), Laurel (*Cordia alliodora*), Guachapelí (*Albizia guachapele*), Caoba (*Swietenia macrophylla*), Moral Fino (*Chlorophora tinctoria*), Caimito (*Chrysophyllum caimito*), Caraca (*Erythrina poeppigiana*), Guayacán (*Tabebuia chrysantha*), Naranjillo (*Aspidosperma myristicifolium*), Balsa (*Ochroma lagopus*), Sapán de Paloma (*Trema micrantha*), Algarrobo (*Prosopis affinis*), Pachaco (*Schizolobium parahybum*), Teca (*Tectona grandis*), Pechiche (*Vitex gigantea*), Jaboncillo (*Sapindus saponaria*), Mate (*Crescentia cujete*), Fernán Sánchez (*Caesalpinia glabrata* Kunth), Guasmo (*Guazuma ulmifolia*), Jigua (*Nectandra* spp), Samán (*Samanea saman*), Guarumo (*Cecropia ceae*), Caucho (*Ficus elástica*), Mata Palo (*Ficus benjamina* L.).

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).

- **CARACTERIZACIÓN SOCIAL:**

Según información encontrada en el PDOT (2016), en cuanto al desarrollo del espacio urbano, éstos no son suficientes, carentes de un análisis de ubicación, servicio a prestar y áreas suficientes para brindar confort a la ciudadanía.

Junín todavía no cuenta con la infraestructura recreacional completa, tal es el caso de que faltan canchas de tenis, de voleibol, o de cualquier otra actividad recreacional, como complemento para que sus habitantes tengan alternativas de recreación. Tan solo el 4% de la población de Junín dedica 2 horas para

realizar alguna actividad recreativa, el 3% dedica 3 horas, el 6 % dedica 2 horas, el 21 % dedica tan solo 1 hora y el 66 % no dedica ninguna.

Los parques se encuentran sectorizados en el casco urbano del cantón, ubicados uno del otro muy cercano: El Parque Ketier Solórzano está en muy buen estado Tiene una plaza que es utilizada para practicar Indor football, frente a la Iglesia Católica “Nuestra Señora de Lourdes”. El Parque de la Madre su concepción arquitectónica denota influencia traída de otras ciudades del País, el concepto es cerrado abierto se encuentra en buen estado; posee un mobiliario urbano y jardinería nueva, en él se realizaban por tradición la bendición de los Ramos en semana Santa.

- **CARACTERIZACIÓN CULTURAL**

En la clasificación de atractivos culturales se tiene en cuenta el concepto amplio de cultura, que involucra todos sus elementos, es decir las producciones humanas significativas pasadas o presentes, materiales o inmateriales; así: arquitectura moderna, popular, agricultura tradicional, costumbres, arqueología, arte prehispánico, arte colonial, arte moderno y contemporáneo, folklore, gastronomía, música, tradición oral, fiestas populares, viviendas autóctonas, vestimenta popular.

El aspecto religioso ocupa un gran espacio en los atractivos culturales de este cantón, Junín fue declarado por el Vaticano como un Santuario de Peregrinación de la Virgen de Lourdes; esta declaratoria se dio en el año 2008 por conmemorarse los 150 años de la aparición de la Virgen en la ciudad de Lourdes, en Francia. La primera persona en ver este acontecimiento fue una niña de 14 años, llamada Bernardita, según informa el párroco del cantón, Efrén Franco.

Lourdes, no es nadie más que la Virgen María, madre de Jesús, Hijo de Dios, según el credo Católico Apostólico Romano.

(Fil, 2014) Señala que un 11 de febrero de 1858, María hizo su primera aparición en la Gruta de Massabielle, muy cerca de la localidad de Lourdes, en Francia. Es por este motivo, que la imagen que apareció de María en ese sitio, adoptó el nombre de Nuestra Señora de Lourdes, en referencia a dicho lugar.

Referente al patrimonio cultural inmaterial se puede identificar en el área rural, el velorio del Niño Caracol (imagen N° 3) se encuentra en el sitio Pechichal, en su descripción señala que es la imagen del Niño Dios que se divisa en el interior de un caracol, encontrado hace aproximadamente 100 años que con el paso del tiempo ha ido creciendo y ganando carácter de divino por los milagros y castigos que se le atribuyen en toda la campiña manabita.



Imagen 3: Niño del Caracol

Foto: Celia López

La producción de Panela y el Guarapo (jugo de caña de azúcar) forman parte de esta clasificación, siendo la venta de este producto una parte importante de la economía del cantón. Un atractivo de la tradición oral juninense son las leyendas que giran alrededor de la Cueva del Diablo, el diablo y los difuntos.

Gastronomía: Los productos base de la gastronomía son: el maíz, maní, plátano, yuca, queso, huevos, leche, habas, habichuelas, fréjol verde, fréjol de palo, achogchas, pepinos, tomates, cebolla verde, cilantro, pimientos, aguacates, melones, sandías, naranjas, mandarinas, zapotes (imagen 4), mameyes, badeas, piñas, mangos (imagen 5), limones, guabas, caimitos, anonas, papayas (imagen 6), guayabas, entre otros.



Imagen 4: Zapote
Foto: Luis Solari



Imagen 5: Mangos
Foto: Luis Solari



Imagen 6: Papayas
Foto: Luis Solari

En esta investigación se ha obtenido información importante sobre los menús diarios de la alimentación de las familias de Junín, es por eso que se ha considerado pertinente ubicarla a continuación:

Almuerzo: El juninense acostumbra a comer dos platos en el almuerzo, el primero es un caldo bien caliente y el segundo es un plato fuerte que puede contener carne, pollo, pescado, atún acompañado de una menestra o sopa, ensalada y plátano asado.

- Caldos o sopas: Pueden ser caldos de habas con hueso de chancho, viche de pescado, camarón o mixto; raspado de verde, caldo de bolas de verdes, de gallina criolla, caldo de torrejitas de verde, de choclo con queso, de habichuelas con queso, picadillo de carne con verduras.
- Segundos: Tongas (ver imagen 7), bistec de carne con arroz, seco de gallina, seco de pescado, pescado encanutado (ver imagen 8).



Imagen 7: Tonga
Foto: Lucía Intriago



Imagen 8: Pescado encanutado
Foto: Diario La Hora

- Menestras: Son acompañantes del segundo plato y pueden ser de Plátano verde, de lentejas, de yuca, de choclo, de maíz, de frijoles verdes, secos, de habas o habichuelas, de papa con queso.

- Ensaladas: Se aderezan con limón, sal y vinagre de guineo. Pueden ser de: Pepinos, tomates, pimientos, cebolla.

Desayunos o meriendas: Tanto el desayuno como la merienda generalmente van acompañados de una taza de café pasado o de una taza de leche con café o chocolate; jugos o batidos de frutas frescas: Tortillas de maíz, tortillas de yuca horneadas o fritas, panes de almidón, bolas de maduro con maní o queso, bolas de verde con queso, maní o chicharrón, torrijas de plátano, Tortitas de harina, Majada de pescado o chanco, hornado de cabeza de chanco, de pollo, carne o animales silvestres como guantas, guatusos, bollos de pescado o chanco, Verde o maduro asado con salpíeta y queso fresco (ver imagen 9), con mantequilla blanca, con maní quebrado o queso rallado, Tortilla de huevos criollos o de granja y humitas.



Imagen 9: Maduros asados con salpíeta y queso fresco
Foto: Luis Solari

Bebidas tradicionales con licor:

Canelazo: El canelazo es un trago caliente que se lo prepara con el aguardiente típico de Junín, canela, anís, clavo dulce, y corteza de piña, a estos ingredientes se los hierva en una gran olla de barro.

Otras bebidas con licor muy dulces son: Mistelas que son a base de frutas y el Rompopo hecho de yemas de huevos.

Bebidas tradicionales sin licor:

Colada de zapallo, colada de avena, colada de maduro, café pasado, chocolate artesanal, aguas de hierbas medicinales, jugos de frutas frescas. Respecto a las coladas se las consume porque se cree que tienen un alto valor nutricional, sobre todo para niños y ancianos

Postres: Arroz con leche, torta de yuca, tambor de yuca, tortillas dulces de maíz amarillo y de choclo.

Snacks: Maní tierno cocinado y salado en vaina, pan seco, chifles de yuca, de plátano verde o de plátano maduro, Bizcochuelos tostados, choclos asados (ver imagen 10).



Imagen 10: Choclos asados
Foto: Luis Solari

- **CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA:**

Las actividades económicas principales del cantón son: La Avicultura, la Agricultura, la Ganadería, el Comercio y la Microempresa.

La mayor fuente de ingresos está en el sector urbano, existe un importante crecimiento en los últimos años de empresas avícolas que han aumentado la tasa de empleo en este cantón y por ende la productividad. En la zona rural la mayor fuente de ingreso es la agricultura, las familias trabajan en sus propios terrenos para poder sembrar y cosechar los productos de la zona y la ganadería que abastece el mercado con productos cárnicos y lácteos como leche y queso. Existen productos agrícolas potenciales turísticamente, como el café, el cacao y la caña de azúcar:

El Café: en el cantón que ocupa una superficie de 1 257,20 ha, y se concentra en la parte sur oeste y sur central en los sectores de: Pita Grande Afuera, Tablada de las Brisas, Las Tres Tabladas, Cañales de Arriba, Tres Esquinas, Piquigua y El Tablón; y, hacia el extremo este inferior en los sectores de: Tigrillo, Punta del Medio, Las dos Bocas, Las Gradadas, Cañales, La Pelea, Corosillo y Guayabales.

El café de Junín tostado y molido se pone a “pasar” en un filtro de aluminio o de cualquier otro material y una vez filtrado se obtiene una esencia amarga de exquisito sabor con la que se prepara la taza de café que acompaña los desayunos o meriendas. Un café pasado siempre es requerido por los

visitantes y es un atractivo que puede complementar la experiencia y generar nuevas emociones en los turistas.

El Cacao Fino y de Aroma: abarca un área de 1.029,60 ha. Se ubica en el extremo sur y sur central en los sectores de: El Milagro, Mendoza, Pita Grande Afuera, Piquigua, Cañas, Moralito, Las Piedras, El Zapote, El Tablón, Balsa Tumbada Afuera, El Palmar, Pita Chico, El Toro, El Jinque, La Reformada y el Algodón; hacia la parte este superior en los sectores de: Tablón Verde, Punta del Medio, Agua Fría, El Caucho, Mocerita, Indostán, Patagonia; y, hacia la parte este inferior en los sectores de: Tablada de la Esperanza, Cañas, Andarieles, La Florida y La Esperanza. El cacao en su mayoría es el fino y de aroma caracterizado por su notable calidad y muy apetecido en el mercado internacional. Cabe indicar que en los sectores boscosos, el cacao se encuentra en la parte baja de la cobertura natural.

La Caña de Azúcar: Su producción se distribuyen principalmente en el ala superior noreste del cantón, en los sectores de: Mendoza, Tablón Verde, Punta del Medio, Pechichal Adentro, Agua Fría, El Caucho, Mocerita, Indostán, La Mijarra, Pechichal, Soledad y Patagonia.

En la mayoría de los casos estas plantaciones dependen del agua proveniente de los ríos o del riego por gravedad con agua de ríos, esteros o pozos. Vale la pena manifestar que aledaños a estas plantaciones se encuentran numerosos trapiches destinados a la destilación del aguardiente. La provincia de Manabí cuenta con productores en la explotación de la caña a nivel artesanal con 1.369 Has., sembradas, particularmente en el cantón Junín la superficie sembrada es de 427 Has, con un rendimiento de 65 tn/ha, obteniéndose 27.690 toneladas anuales (MAGAP, 2010)

Según (Álava, 2014) en la provincia existe una total de 1.188 hectáreas plantadas de caña de azúcar, de las cuales el 63 % se concentran en las áreas del cantón Junín. Los rendimientos promedios oscilan alrededor de 63 hectáreas y la producción sobrepasa las 77 toneladas.

Como se puede observar según estos dos autores, algunas cifras decrecieron del 2010 al 2014. Al año 2018 los resultados respecto a los rendimientos son positivos, ya que el volumen de producción de los pequeños agricultores tiene un incremento del 7%, similar al registrado en el año 2017. (Ecuador, 2018)

En la figura N° 1 de (Manabí, 2015) se muestra que las comunidades que mayor porcentaje de caña de azúcar sembrada tienen son: La Patagonia, Agua Fría, La Mocorita y que existen plantaciones en casi 20 recintos aledaños.

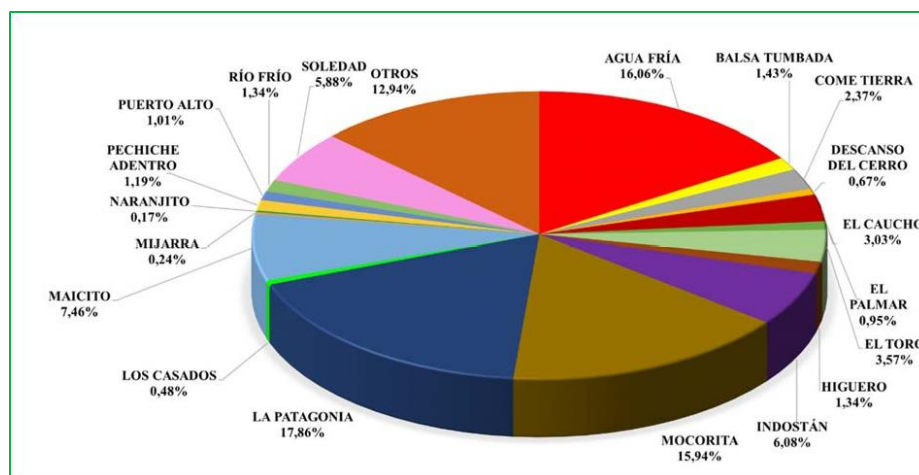


Figura N° 1. Distribución porcentual de áreas plantadas de caña de azúcar en el cantón Junín
Fuente: (GAD Manabí., 2015)

La Caña Guadúa o Bambú: Cubre una extensión de 389 ha. Esta especie sea plantada o innata se distribuye en todo el cantón, principalmente cercano a los ríos y esteros, aunque se puede manifestar que mayoritariamente se concentra en la parte central del cantón en los sectores de: El Palmar, Río Frío, Mendoza, La Pita. La Caña Guadúa se utiliza en la construcción de viviendas, corrales, planteles avícolas, en la fabricación de artesanías y de muebles.

Las Granjas Avícolas: Abarcan un área de 53 ha, y se distribuyen en forma diagonal desde la parte superior noreste hasta la parte central sur oeste del cantón, a lo largo de los sectores de El Caucho, Mendoza, El Palmar, Pechichal Afuera, Río Frío, Balsa Tumbada Afuera, Pita Grande Afuera y Las Cañitas.

- **CARACTERIZACIÓN POLÍTICA:**

Tiene una población 18.942 habitantes según el último censo poblacional y de vivienda realizado en el año 2010, en cuanto a la división política y administrativa su población se distribuye entre 43 comunidades localizadas a lo largo del recorrido de todas las vías conectoras, esto se debe en gran medida a la topografía con las variaciones que conlleva. Por este motivo se divide en 5 zonas; la cabecera cantonal denominada Zona Urbana (ZU), Zona Seca (ZR1), Zona Intermedia (ZR2), Zona Alta (ZR3) y Zona Baja (ZR4).

Tabla 4. Comunidades del cantón Junín

N°	COMUNIDAD	N°	COMUNIDAD
1	Agua Fría	23	Los Casados
2	Andarieles,	24	Mendoza,
3	Balsa Tumbada Afuera	25	Mocorita
4	Balsa Tumbada Adentro	26	Montañita
5	Caña	27	Moralito
6	Cañales	28	Palmar
7	Cañitas	29	Patagonia
8	Cieneguita Adentro	30	Pechichal Adentro
9	Cieneguita Afuera	31	Pechichal Afuera
10	Dos Bocas,	32	Pita Chica
11	El Caucho	33	Pita Grande
12	El Cerro	34	Punta en Medio
13	El Milagro	35	Rio Frío
14	Guasmo	36	Roncón
15	Guayabales	37	San Juan
16	Higuerón	38	Tablada El Algodón
17	Indostán	39	Tablada Las Brisas
18	La Abeja	40	Tablada Los Ranchos
19	La Mijarra	41	Tablón Verde
20	Las Chavelas Adentro	42	Tablones
21	Las Chavelas Afuera	43	Tres Tabladas
22	Las Piedras		

Elaboración propia, con datos de la investigación

En la Zona Urbana existen 15 barrios agrupados entre manzanas y calles, la cabecera cantonal se llama también Junín.

3.1.2 IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS

Según la información que contiene el PDOT (2016), el turismo es un aporte más de ingresos monetarios a las familias Juninenses, sobre todo a aquellas que viven cercanas a sitios de importancia turística, ya que gracias a la confluencia de visitantes, se desarrollan actividades secundarias, como venta de bebidas y platos típicos, los que promocionan la gastronomía del cantón. Es importante señalar que según la investigación las familias beneficiadas no son más de 10.

En muchas zonas se conservan sus tradiciones como la expresión oral, forma de vestir de sus habitantes, y medios de transportación.

Falta promocionar los sectores turísticos- recreativos, y fomentar el desarrollo agro-turístico en base a las potencialidades naturales, productos artesanales y arqueología del Cantón Junín. El Cantón en los últimos años ha visto cómo la inversión de recursos públicos en obras públicas, que son de todos los habitantes del cantón, han incidido de manera notable en la plusvalía del terreno, cuyos beneficios son para el sector privado; de igual manera, es evidente cómo ese modelo de la unidad territorial y sus instrumentos, han beneficiado cada vez más al capital financiero de la construcción, con una visión de ciudad de tránsito, que puede originar la no preservación del patrimonio natural, cultural, y económico.

Desde entonces, la actividad agrícola y ganadera han sido la fuerza económica principal del cantón Junín, sin embargo, existe asentamientos dispersos, que han generado un desorden y la viabilidad continua de este desarrollo económico. Junín se proyecta a un crecimiento sustancial en el sector avícola, de la agricultura y ganadería, mientras el sector turístico está estancado.

Por el otro lado, Junín es un tipo de ciudad de tránsito, con una población residencial significativa, quizá es esta condición la que no motiva a la inversión en planta turística. Junín ha crecido lentamente en lo económico, también ha sufrido grandes cambios sociales. Uno de éstos es el crecimiento de la clase media - baja propia y de los cantones vecinos.

El crecimiento de esta clase social ha cambiado la economía con el establecimiento de un grupo de consumidores. También ha transformado la forma urbana de los asentamientos humanos como resultado del uso predominante del automóvil en vez del sistema de transportación pública. Mientras la clase media disfruta de un relativo progreso económico, una clase sustancial de personas de clase baja permanece, en el desempleo que ha aumentado en los últimos años.

Las pocas oportunidades económicas para algunas personas, determinan dónde viven y las actividades en las cuales están dispuestas participar.

El nivel de institucionalidad es incipiente y ello se expresa en la estructura del GAD muy vulnerable a los cambios cuando hay nuevos gobiernos locales; son inestables y con limitada capacidad de movilizar recursos.

Se presentan a continuación los nudos críticos que deben ser resueltos:

- ✓ Líneas de crédito adecuadas que impulsen la industrialización de las cadenas productivas, sobre todo del aguardiente y la panela.
- ✓ Coordinación interinstitucional y de financiamiento, que garanticen el acceso al agua potable. Aunque según datos de esta investigación en la actualidad hay expectativas de superar este problema porque según certifica la Secretaría del GAD Municipal: “en sesión extraordinaria realizada el martes 22 de mayo de 2018 se socializó y aprobó la ejecución del Proyecto de Repotenciación de la Planta de Tratamiento de La Estancilla y construcción de las nuevas líneas de impulsión desde la planta hacia los cantones Junín, Tosagua y Bolívar de la provincia de Manabí, de la Mancomunidad Centro Norte de Manabí”. en el mes de diciembre de 2018 se concretó con el Banco de Desarrollo, un crédito a través de la Mancomunidad Centro Norte. Con este proyecto todo el territorio de Junín gozará del líquido vital en corto plazo.
- ✓ Políticas públicas y líneas de crédito que fortalezcan la asociatividad entre productores.
- ✓ Coordinación entre universidades y GADs para desarrollo de la investigación científica e inserción laboral.
- ✓ Falta de políticas públicas y financiamiento que fomenten la innovación tecnológica y el turismo.
- ✓ Impulso a la prospección de nuevos mercados y estrategias de comercialización.
- ✓ Financiamiento para el desarrollo de infraestructura vial y de logística.
- ✓ Las variaciones en el relieve del cantón impiden la fácil instalación de servicios de comunicación.
- ✓ Construcción de una terminal terrestre
- ✓ Señalización
- ✓ Productos turísticos sostenibles.
- ✓ Planta turística

- ✓ Insalubridad en trapiches y fábricas de bizcochuelos.

3.1.3 ANÁLISIS TURÍSTICO ESTRATÉGICO DEL TERRITORIO DE JUNÍN

La realización del análisis turístico estratégico del territorio del cantón, da lugar a líneas de actuación que permiten generar propuestas y escenarios ligados al desarrollo del cicloturismo. Este análisis es consecuencia de una mesa de trabajo con miembros del Club de Ciclismo de Junín y el grupo de promotores turísticos denominados “Junín Descubriendo sus Encantos”, para determinar mediante una matriz FODA (Tabla 5) las Fortalezas (factores críticos positivos con los que se cuenta), Oportunidades (aspectos positivos aprovechables utilizando las fortalezas), Debilidades (factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir) y Amenazas (aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de objetivos).

Las debilidades y fortalezas forman parte del análisis interno, en este caso, de las condiciones del territorio para el desarrollo del cicloturismo, por lo tanto, las debilidades son todos aquellos elementos, recursos, habilidades y actitudes que son barreras para lograr un eficaz desarrollo del cicloturismo sostenible. Las fortalezas son todo lo contrario, puntos fuertes intrínsecos de las condiciones del territorio para el desarrollo del cicloturismo, que influyen positivamente en el avance sostenible adecuado.

Por otro lado, están los factores externos (Oportunidades y Amenazas), de carácter político, social, legal, institucional, ambiental, económico que, de alguna u otra manera afectan positiva o negativamente el desarrollo e implementación de nuevas políticas en territorio para el desarrollo del cicloturismo, que aporten pautas y conductas más sostenibles, ambiental y socialmente, con respecto a dicho factor analítico.

Tabla 5. Análisis Turístico Estratégico

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Territorio accesible en bicicleta tanto en la zona urbana como en la rural 2. Entorno natural con hermosos paisajes. 3. Atractivos elementos culturales (gastronomía, tradición oral, fiestas populares, artesanías) y riqueza arqueológica. 4. Artesanías alimentarias y en mocora 5. Cantón posicionado como la tierra del Currincho, la panela y los bizcochuelos. 6. La administración municipal actual tiene la voluntad de promover el cicloturismo. 7. Existen establecimientos de alojamiento, taxis, y cooperativas de transporte interno. 8. Oferta de servicios de restauración y excelente gastronomía tradicional. 9. Miembros del Club de Ciclismo dispuestos a colaborar. 10. Potencialidad para abrir diversas rutas seguras para ciclismo de aventura y extremo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación estratégica en el centro norte de la provincia. 2. Interés de cañadulceros de incursionar en turismo. 3. Existe competencia ciclística nacional en el cantón, denominada Desafío Junín. 4. Existe grupo de gestores turísticos locales y nacionales que promocionan atractivos del cantón en redes sociales. 5. La demanda valora la calidad cultural, patrimonial y natural del territorio. 6. Incremento del segmento turismo cultural al cantón por su Arquitectura patrimonial (connotación histórica atractiva)
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Carencia de servicios básicos en algunas de las comunidades, 2. Conectividad a internet deficiente, 3. Falta de estudios de mercadeo. 4. Falta de facilidades turísticas en sitios de interés. 5. Carencia de gestión turística sostenible. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deficiente presupuesto asignado para el desarrollo del sector. 2. Sus competidores son cantones turísticamente más desarrollados (Portoviejo y Bolívar). 3. Explotación de los bosques sin reforestación. 4. El gobierno provincial no

-
- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 6. No existe desarrollo de productos turísticos sostenibles. 7. Departamento de Turismo municipal no cuenta con bases de datos ni material de difusión de atractivos. 8. Actores no están capacitados para recibir turistas 9. El turismo no está considerado dentro de los ejes de desarrollo de la administración municipal. 10.No existen proyectos estratégicos de desarrollo turístico. 11.No se cuida y se difunde patrimonio arqueológico. | <ul style="list-style-type: none"> prioriza el desarrollo del turismo en Junín. 5. Escasez de promoción turística a nivel nacional e internacional. 6. Variedad de atractivos turísticos en localidades cercanas. 7. Mejora de los productos turísticos en los mercados competidores 8. Incremento de la competencia de otros destinos de cicloturismo con similares atractivos. |
|--|---|
-

Fuente: Elaboración propia.

3.1.4 INVENTARIO Y JERARQUIZACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS

La Coordinación Zonal 4 del Ministerio de Turismo (CZ4 MINTUR), facilitó las bases de datos actualizadas al 2017 del catastro turístico de la provincia de Manabí, y también la matriz de los atractivos naturales y culturales del cantón Junín al 2007, año en que fue realizada la última actualización del mismo. Es importante indicar que al 2018 los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales estaban aún en proceso de actualización de inventarios y jerarquización de sus atractivos, mediante formatos para el efecto normados y emitidos por el MINTUR.

La Dirección de Turismo del GAD Junín no cuenta con un inventario y jerarquización de sus atractivos de elaboración propia (según respuesta recibida al ser consultados) y hasta diciembre del 2018 este trabajo continuaba sin concluirse, a pesar de que el MINTUR les ha provisto de las herramientas antes mencionadas y de talleres de capacitación.

Los resultados de esta investigación se han logrado a través de la bibliografía referida y mediante la guía de las fichas del Mintur (2017) y de las de Carla Ricaurte (2009) con las que se ha obtenido información sobre todo de la Comunidad La Mocerita y sus alrededores, que es la que forma parte del

Circuito de la ruta de ciclopaseos vivenciales que se propone en la fase III de esta investigación.

3.1.5 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN JUNÍN

La Casa del Diablo, Las Locitas, las Siete Pozas, fincas agroturísticas, balnearios de agua dulce, la fabricación del aguardiente, de la panela, bizcochuelos y alfeñiques, quintas recreacionales y restaurantes de comidas típicas, son los atractivos de los cuales se puede disfrutar al visitar el cantón.

Además aún se pueden observar casas enquinchadas, que se destacan por los años de construcción que tienen y porque son parte del Patrimonio Cultural de Junín. En cuanto a establecimientos de diversión nocturna también existen bares y discotecas.

- **ATRACTIVOS NATURALES**

La Cueva del Diablo: Es tal vez el atractivo turístico más enigmático del cantón, se ubica en el sitio el Jinque, a cuarenta minutos de la cabecera cantonal de Junín, atrae a los turistas por sus leyendas y por su peculiar nombre. Para explorarlas se requiere de un guía local y de autorización para el ingreso ya que este atractivo se encuentra dentro de una propiedad privada.

La cueva en los altos de la ladera, conectada por túneles tiene en su exterior un ancho de 0.80 a 1.20 metros y en su interior este valor es variable. La primera tiene aproximadamente un diámetro de 1.20 metros y ésta va cambiando en las otras cuevas ya que a medida que se avanza se van estrechando. En el interior de la cueva más grande hay siete repartos totalmente oscuros y húmedos donde se puede apreciar gran cantidad de murciélagos, y un fuerte olor a azufre. En lo que a la fauna respecta se observan una gama de animales como Perezosos, Guacharacas, ardillas, monos, Perdices, entre otros.

Cascadas 7 Pozas: Se encuentran ubicadas en el sitio Caña, se las conoce de esta manera por la secuencia de caídas de agua que crean una aventura a los turistas en época de invierno que acuden a este lugar con la respectiva autorización de sus propietarios.

Las Locitas: Ubicadas en el sitio Andarieles, son cascadas que nacen de las montañas del sector. Para acceder a ellas se debe caminar por 40 minutos por el interior de una finca llena de árboles maderables y frutales.

Balneario Sol y Agua: Junto al Río Mosca, habilitado en todas las épocas del año, brinda servicio de comida típica y paseos a caballo, cancha de césped natural y está localizado en el sitio Las Piedras, a 5 minutos del área urbana del cantón.

Finca el Jardín: es un proyecto ambicioso, a sólo 15 minutos del centro de la ciudad. Es una finca de propiedad privada rodeada de montañas, cultivos de maíz, árboles maderables y senderos con frutales y plantas ornamentales, en la cima de la finca se encuentra la casa de campo construida en madera tratada y además un área para eventos sociales frente a una gran laguna artificial con vista a las montañas, donde se cultivan peces y cuya agua es utilizada para riego de sembríos. El acceso hasta allá es muy atractivo para ciclistas y visitantes en general.

Cultivos de productos agrícolas con potencial turístico:

Según información que consta en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Junín (2016), los cultivos de Café y de cacao fino y de aroma, de maíz y de caña de azúcar son los más importantes en la localidad.

Considerando que el Circuito del Cacao, (producto turístico elaborado y puesto a servicio de los operadores turísticos de la provincia por el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Manabí en el año 2015) tiene una de sus estaciones en la vía Pimpiguasí - Junín, concretamente la Estación Finca don Atanasio en el sitio Arreaga; y, la Estación Fortaleza del Valle, en la vecina ciudad de Calceta; es un producto afín que puede ser operado simultáneamente con la Ruta que se propone en la fase III de esta investigación, ya que el cacao es un producto que en Junín se encuentra sembrado en importantes proporciones y que aprovechado sustentablemente puede ser un aliado para la creación de nuevas rutas cicloturisticas:

Cacao: El Cacao Fino de Aroma (*Theobroma cacao*) abarca un área de 1.023 ha. Se ubica en el extremo sur y sur central en los sectores de: El Milagro, Mendoza, Pita Grande Afuera, Piquigua, Cañas, Moralito, Las Piedras, El Zapote, El Tablón, Balsa Tumbada Afuera, El Palmar, Pita Chico, El Toro, El

Jinque, La Reformada y el Algodón; hacia la parte este superior en los sectores de: Tablón Verde, Punta del Medio, Agua Fría, El Caucho, Mocerita, Indostán, Patagonia; y, hacia la parte este inferior en los sectores de: Tablada de la Esperanza, Cañas, Andarieles, La Florida y La Esperanza.

El cacao en su mayoría es el fino y de aroma, caracterizado por su notable calidad y muy apetecido en el mercado internacional. Los productores generalmente no disponen de un sistema de riego por lo que dependen de las lluvias o del agua proveniente de pozas, ríos o esteros en su mayoría. Cabe indicar que en los sectores boscosos, el cacao se encuentra en la parte baja de la cobertura natural. (Junín G. , Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, etapa diagnóstico, 2011)

- **ATRATIVOS CULTURALES**

Los valores tangibles e intangibles de la comunidad de Junín involucran elementos de la cultura que forman parte de la identidad del juninense y que son importantes atractivos para el visitante, es decir, la gastronomía, las fiestas populares, las costumbres, la tradición oral (amorfinos, leyendas, cuentos), las artesanías, los juegos tradicionales o el tipo de vivienda. En la tabla 6 se describen los bienes que el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural tiene inventariados en su base de datos, es importante aclarar que en esta matriz consta la Casa Embrujada (imagen 11) con código 3397, pero lastimosamente en visita realizada al lugar (Come Tierra), se pudo constatar que ya no existe; desapareció en un incendio de causas desconocidas. Aún quedan sus famosas historias de misterio por las varias tragedias que protagonizaron las personas que habitaron en ella, fue la casa de uno de los hombres más ricos de Junín.



Imagen 11: Casa Embrujada, código INPC 3397
Foto: AME Ecuador

Tabla 6. Bienes identificados por Instituto Nacional de Patrimonio Cultural

Bienes	Código
Velorio del Niño Caracol-Junín, Manabí	3395
Panela y Guarapo-Junín, Manabí	3396
Casa Embrujada-Junín, Manabí (Desapareció en un incendio)	3397
Cuevas del Diablo-Junín, Manabí	3398

Fuente: INPC 2017

El Cantón Junín es reconocido a nivel provincial como uno de los grandes productores de Caña de Azúcar, por lo tanto este es uno de los principales atractivos que posee el Cantón, la Elaboración de la Panela y el Famoso “Currincho” o Aguardiente.

El Aspecto religioso ocupa un gran espacio en los atractivos culturales siendo así, que, en el año 2008, la iglesia Nuestra Señora de Lourdes, en Junín, fue declarada como Santuario de Peregrinación de la Virgen de Lourdes, patrona de la parroquia, por el Vaticano. Esta declaratoria se dio por conmemorarse los 150 años de la aparición de la Virgen en la ciudad de Lourdes, en Francia.

Además Junín cuenta con otros atractivos culturales que se evidencian en la identificación de los mismos realizada por el INPC; éstos son:

Lidias de Gallos: Es una tradición que se mantiene vigente producto de los siglos de historia que tiene. Son muy concurridas, es una actividad que atrae visitantes de todo el país. Las galleras cuentan con un espacio para la pelea y graderíos para la comodidad de los espectadores. Las peleas se realizan bajo ciertas normas que van desde la cría del gallo fino, la forma de pactar las peleas, el peso, el tipo de espuela (normal o postiza), entre otras. Las lidias se realizaban todos los domingos y duraban una hora. Posteriormente, el tiempo se acortó a media hora, y en la actualidad las peleas duran máximo 10 minutos. (Telégrafo, 2016)

Artesanías: En Junín se pueden encontrar artesanías elaboradas en materiales como el barro, la paja Mocora, el Mate y además artesanías alimentarias (salprietá, maní quebrado, maní molido, rompopo, dulces de frutas con leche, alfeñiques) que provienen de productos como el maní, la leche, el maíz, huevos, harina y de la caña de azúcar. Las Comunidades donde se realizan trabajos artesanales en barro son: La Mocorita, La Mijarra y Pita

Grande por la facilidad de extraer de ahí mismo la materia prima. Alrededor de 10 familias se dedican a esta actividad.

Se observa que 4 familias de las comunidades de Agua Fría, La Tablada del Algodón y la Tablada de las Brisas realizan artesanías en Mate que las venden en el mercado local, son artículos que más bien de carácter utilitario.

Festividades:

Festival Montuvio: Cada año se realiza en una comunidad diferente y su objetivo es mantener vigentes las costumbres ancestrales para las nuevas generaciones de los montuvios de Junín, que cada año se reúnen para poner en valor sus tradiciones y costumbres. El festival arranca con una cabalgata que inicia en el centro de Junín y avanza hacia la comunidad designada (Comunidad de Río Frío el 2018). El programa incluye concursos de: amorfinos, mejor comida ancestral, venta de artesanías (ver imagen 12) bailes y danzas, lidias de gallos (imagen 13), exhibición de caballos de paso, elección y proclamación de la reina del festival. Las candidatas desfilan en trajes confeccionados con materiales del campo como semillas, flores, plumas de aves, hojas, entre otros.



Imagen 12: Festival Montuvio 2018

Foto: Lucía Intriago



Imagen 13: Coliseo de Gallos provisional

Foto: Lucía Intriago

Velorio de la Santa Cruz: Es una manifestación religiosa para pedir a Dios por la fertilidad de la tierra y la producción de sus cultivos. Cada 3 de mayo, con cantos, plegarias, priostes, bocaditos, dulces y bebidas se lleva a cabo la fiesta que congrega a toda la comunidad en la capilla de la Santa Cruz o en la vivienda escogida, casi siempre hasta media noche.

El baile de Gala del Colegio Carlos García Mora: Al ser el primer colegio creado de la localidad este baile tiene una larga trayectoria en la vida

juninense, se caracteriza porque asiste gran parte del pueblo, mantiene la tradición de ser animado por orquestas de renombre nacionales e internacionales y por la elegancia con la que visten los asistentes. Se celebra todos los años el 24 de agosto en conmemoración a su patrono y como evento más relevante de la Semana del Estudiante Garciano en honor a sus reinas, personal docente y estudiantes.

La fiesta religiosa de San Roque: Se realiza el 10 de septiembre de cada año, inicia 15 días antes con el rosario de la aurora, sus devotos salen en procesión por las principales calles del cantón para luego acudir a la misa matinal. Esta fiesta atrae a comerciantes, proveedores de comida, de diversión para niños y adultos. En las afueras de la Iglesia Nuestra Señora de Lourdes se apostea una banda de pueblo que ameniza la salida de la misa de los feligreses y los anima a salir a recorrer las diversas atracciones que hay en las calles céntricas de la ciudad.

La fiesta religiosa Patronal de la Virgen de Lourdes: Tiene lugar cada 18 de noviembre el pueblo de viste de fiesta con juegos mecánicos (carrouseles), venta de dulces típicos, bailes populares conocidos como “Arroz Quebrados” o “Los Botaditos” que se realizan en las calles aprovisionados de grandes carpas e iluminados con lámparas fluorescentes y guirnaldas de colores que le dan un aspecto muy tradicional, concurridos principalmente por los campesinos y gente del pueblo quiénes bailan sin descansar en la víspera (el día 17 de noviembre) y el concho (el día 18 de noviembre).

Fiesta de Cantonización: Junín fue elevado a cantón un 8 de noviembre de 1952 y en su conmemoración esta fiesta cívica comienza con un pregón, la elección de la Reina de Junín, actividades deportivas, gastronómicas, artísticas y culmina con el desfile cívico, sesión solemne y baile popular por la noche.

Conjunto Arquitectónico Parcial Junín: Es un conjunto de casas antiguas de inicio de 1900, son de estilo tradicional con elementos decorativos, mantienen formas sencillas, en los espacios llenos y vacíos como ventanas, puertas y paredes; utilizan detalles decorativos en balcones, pilastras y molduras. Las edificaciones se hallan conservadas con todos sus elementos. Representan una época de desarrollo de la ciudad y constituyen una muestra de la arquitectura de la época; su valor radica en que se conservan en conjunto y en

uso de vivienda y comercio hasta la actualidad. Este atractivo se encuentra en buen estado de conservación. (ver imágenes 14 y 15)



Imagen 14: Casas flia. Pita: Av. E. Alfaro
Foto: GAD Junín



Imagen 15: Casa familia Morales Locke: Av 8 Nov
Foto: GAD Junín

Leyendas:

La Ruda y el Diablo: La ruda es una planta medicinal usada para los dolores, sólo florece según cuenta la historia el viernes Santo a las 12 de la noche y que su flor equivale a un gajo de oro que es recogido por el diablo, pero hay que sembrar la ruda igual el viernes Santo para que florezca al año siguiente.

Un cierto día hubo un valiente hombre que se propuso coger la flor, debió soportar la ira del diablo el cual se presentó en forma de fiera. Llegó la medianoche y floreció la ruda, el valiente la arranco, la flor desapareció el diablo se alejó frustrado dejando un olor de azufre.

Según cuenta la historia el que logra coger la flor de la ruda se hace rico pero su alma se condena (por, 2019)

El Abuelo Juguetón: Muy cerca de Andarieles del cantón Junín, hace mucho tiempo. Había una familia de gente humilde y trabajadora, el papá de ellos se llamaba Carlos, tenía un gran cafetal en su propiedad; en esos tiempos era dinero seguro, porque el café se vendía a buen precio, toda esa bella finca había sido desde tiempo atrás del abuelo de don Carlos, no habían decidido repartirla, peor venderla, más aún porque el abuelo todavía vivía en casa de uno de sus tres hijos.

Los tres hijos tenían buenas casas construidas una más allá de la otra dentro de la propiedad, es por eso que él andaba de casa en casa, haciendo reír a sus

nietos, era por demás juguetón, burlesco como no había otro, siempre molestaba que el día que él muriera, al otro día vendría a “joder” y diciendo estas palabras, se echaba a reír, porque no tenía dientes y el palo que usaba como bastón lo movía de un lado a otro, con sus piernas jorobadas que parecían dos paréntesis, mejor dicho que para él todo era de risa, siempre vivía diciendo: soltaron el puerco enlodado, para que los nietos pasaran por medio de sus piernas, y les decía, que no se preocuparan porque él tenía tanta rucura y se echaba una carcajada.

Pero los años pasaron, cierto día el abuelo se fue al más allá, en aquel bendito viernes del mes de marzo, llovía torrencialmente, las quebradas habían salido, sacerdote no había en esos días, la familia de don Carlos y unos que otros familiares se atrevieron a salir para sepultar a nuestro abuelo, allá en Junín. El día sábado los hermanos de don Carlos junto con otros familiares se pusieron a tomar, cual sorpresa les dejó ese día, que vieron clarito, clarito como el abuelo finado cerraba la puerta de la casa, fue el primer aviso de su llegada. Días después, cuatro nietos del abuelo, fueron caminando hasta Junín a cumplir con un compromiso, ya al regreso veníamos corriendo porque atrás de ellos, el mismo abuelo se les colocaba corriendo y riendo a carcajada, sabían que era él por la risa que él en vida tenía y ahora después de muerto la mantenía igualita. Los muchachos corrían y corrían como alma que lleva el diablo, pero de repente un ataúd se les aparece en medio de la carretera, quisieron esquivarlo pero, los seguía de un lado a otro el ataúd. De repente vieron clarito al abuelo juguetón cargando el ataúd en hombro, fue entonces que gritaron, escuchando aquel grito toda la comarca; ellos se plantaron a rezarle con los ojos cerrados y así se quedaron un rato abrazados unos a otros, cuando abrieron los ojos para seguir avanzando, el abuelo otra vez les dice ¡Estoy con ustedes ayudándolos a rezar por mi alma je, je, je! y se echó a reír, ellos salieron corriendo cogidos de las manos, hasta llegar a la casa. Los padres, tíos de los muchachos, días después lo veían arreando ganado, cogiendo agua en el pozo del río, trepado en su caballo, todo esto era tremendo; de noche los despertaba cogiéndole los dedos de los pies y les sacaba conejo, hasta que cierta noche el abuelo se lo sintió por última vez...

Su nieto que me contó esta historia, dice: Mi abuelo, ya no llega a hacer maldades, parece que por fin se cansó, fue precisamente un Domingo de Ramos que lo vieron toda la familia y andaba vestido de blanco, sintieron su presencia muy cerca de la casa. Los nietos y sus hijos vieron como su mano se agitaba tratándose de despedirse de ellos. Al abuelo juguetón por mucho tiempo lo recordaron, pero nunca más se lo volvió a ver y oír su risa tan embriagante. FIN. Junio/11/09 (Montero, 2012)

Panela y Aguardiente, proceso de fabricación:

El primer paso es la recepción y selección de la materia prima proveniente de los cañaverales, así como la eliminación de impurezas. Se cortan las cañas de color negro que son las aptas para la elaboración de los productos derivados.

El proceso tanto de la Panela como del Aguardiente, se realiza en el trapiche con ayuda de un Mular (ver imagen 16), también existen trapiches modernos que son a base de motor eléctrico, o a gasolina (imagen 17). Posteriormente se obtiene el bagazo que es el residuo de la caña molida que sirve para la alimentación bovina y combustible.

Con el jugo obtenido se elabora el más puro aguardiente de caña, famoso por el alto contenido de alcohol, se lo conoce con el nombre de Currincho, este trago se fabrica en las comunidades de Agua Fría, Mocerita, Mendoza, el Rosario, San Juan, Moralito, Tablones, Río Frío, El Palmar y otros. Para fabricar la panela se hierve el jugo extraído hasta alcanzar una dureza adecuada y obtener panela de buen sabor y buena comercialización.

Época de producción: La época de la zafra (mayor producción), es durante los meses de julio, agosto, septiembre, octubre, y noviembre.

Descripción: Molienda de la caña - extracción del jugo crudo: Una vez obtenido el fermento se transfiere a las ollas o calderos para someterlo a altas temperaturas para esto se utiliza leña como medio de combustión, porque está comprobado que con la leña el aguardiente tiene mejor sabor y aroma.

Se cocina durante 4 horas una vez hervido el fermento, el vapor se convierte en liquido o sea el Aguardiente este empieza a descender lentamente por las respectivas tuberías, posteriormente pasa por una culebrina la misma que se encuentra ubicada en un tanque con agua fría para su respectivo enfriamiento,

seguidamente pasa a ubicarse en un termómetro o alcoholímetro para medir su grado de alcohol. Cabe indicar que su grado inicial es de 90° aproximadamente.



Imagen 16: Extracción ancestral del jugo de caña

Foto: <https://ec.viajandox.com/junin>



Imagen 17: Extracción actual jugo de caña

Foto: Lucía Intriago

La panela y su proceso: Sitios como Agua Fría y La Mocerita se destacan por la elaboración de la Panela y el Alfeñique que se distribuyen a nivel nacional, de esto viven alrededor de 500 familias que extraen el zumo de la caña cuyos canteros sembrados de caña dulce llegan a las 25.000 hectáreas. Se puede llegar al sitio en cualquier época del año, se ubica a 4 Km. de la ciudad de Junín, sobre la vía que conduce a Calceta. Una vez realizada la molienda de la caña de azúcar y obtenido el jugo, éste pasa por los siguientes procesos:

Tanque de compensación: Aquí se coloca el jugo extraído de la caña.

Precocción y adición de sustancias clarificadoras: Se pre cocina el jugo y se le agrega sustancias clarificadoras como es baba de cacao, hoja de cacao, entre otros, para obtener un jugo claro y sin impurezas; luego se saca la cachaza que también se utiliza para alimento animal.

Ollas de precocción: En esta olla se coloca el producto para precocerlo con la finalidad de que no suba el grado de alcohol.

Tanques de composición: En estos tanques se almacena el jugo clarificado para su posterior proceso (miel de caña) se lo traslada con un balde a la olla de cocción que es la medida necesaria y para esto se utiliza la cernidera.

Ollas de cocción: Es el recipiente donde se va a realizar la panela (imagen 18).

Jugo precocido (miel) cocción terminal (goma): Aquí colocamos el jugo precocido en un horno para su cocción Terminal o goma (Panela).



Imagen 18: Elaboración de la panela, fábrica en la Comunidad La Mocerita

Foto: Bruno Intriago

El Batido se hace con la finalidad de alcanzar una dureza adecuada para obtener un buen sabor y así una buena comercialización. Una de las creencias del gremio es colocar una gotita de aceite de comer para que no se suba ni se pegue.

Se deja a una temperatura de ambiente hasta alcanzar el grado de moldeo en un tiempo de 10 a 15 minutos. Se coloca la goma casi solidificada en moldes, como lo muestra la imagen 19, se espera a que seque bien para obtener la panela que es el producto final (imagen 20).



Imagen 19: Proceso de moldeo de la panela
Foto: ciclistas Junín



Imagen 20: Panela lista para empaacar
Foto: Lucía Intriago

- Envasado: Esto se lo realiza en fundas plásticas o de poliéster para su conservación e higiene. Ciertas personas suelen envolverlas en hojas de guineo.

Elaboración de Bizcochuelos Tostados: En Junín, la familia Mora es dueña de una receta que ha pasado de generación en generación, ahora con Yirle Mora, a quien su madre Jacinta Peñarrieta dejó la tradición de su elaboración. Los bizcochuelos, un delicioso dulce preparado básicamente con harina, huevos y azúcar son ya un ícono representativo de la identidad juninense.

La elaboración del bizcochuelo empieza batiendo en una gran olla de barro con un batidor de madera, rústico para la época, porque funciona halando un grueso cabo de barco, pero a la vez ingenioso para cuando se lo inventó.

El dulce es horneado en un antiguo horno de barro alimentado por leña, lo que le da un sabor inigualable al bizcochuelo, principalmente en la presentación crujiente. La preparación se inicia desde la madrugada, lo que hace que en horas de la mañana el irresistible olor inunde el sitio La Mocerita. Diariamente se preparan 7 cubetas de huevos, dependiendo de los encargos que tenga, indicó Yirle Mora, quien junto a su padre, Norberto Mora y su esposa Lourdes Quiroz, se encargan del proceso, que les permite alimentar la economía del hogar.

En este último sitio, cuatro familias se dedican a la producción de bizcochuelos con fines comerciales. Una de las familias es la de Dolores Cedeño, quien fue la fundadora de la fábrica Lolita, donde hay como reliquia un gigantesco horno de adobe, que es preservado por el grupo familiar porque conocen su valor patrimonial.

En este lugar quien ha heredado la tradición es Estairon Intriago (imagen 21); lleva 20 años dedicado al oficio. Una gran olla de barro y un molinillo de madera que gira tirado por gruesas sogas constituyen la batidora que mezcla huevos, harina y azúcar para la preparación. Batir 160 huevos desgastaría a cualquiera, pero no a Estairon, quien se sienta apoyando los pies contra la olla y empieza a mover la batidora manual hasta que la preparación esté lista.



Imagen 21: Bizcochuelos tostados, Fábrica de Stairon Intriago, La Mocerita – Junín

Foto: Lucía Intriago

Descripción: Postre y refrigerio. Es una masa compuesta de harina de trigo o almidón, huevo, azúcar o sal en partes iguales, que se coloca en un molde y se hornea. Se sirve con alguna bebida tradicional o con leche.

Canales de distribución: El consumidor tiene acceso a este producto en las fábricas, locales comerciales, mercados, vía Junín - Calceta, en panaderías.

Zonas tradicionales de consumo: Su consumo se extiende a nivel nacional. Los lugares más conocidos por su producción y distribución son: la Provincia del Azuay, Cantón Gualaceo, en la Parroquia Gualaceo, la Provincia de Loja (Bizcochuelos de San Pedro y Bizcochuelo de la Comunidad Manú -Saraguro), en la Provincia de Manabí en el Cantón Junín en la Comunidad La Macorita y, en la Provincia del Carchi en el Cantón Bolívar. (Patrimonio, 2016)

Forma de preparación: Se separan las claras y yemas de huevo. Se bate la clara hasta punto de nieve, poco a poco se agrega el azúcar y, en algunas recetas el limón o la naranja; para esto se utiliza una batidora artesanal inventada por ellos, en vista de la necesidad. (Imagen 22) Después se le añade la harina de trigo y se mezclan todos los ingredientes.



Imagen 22: Batidora de huevos artesanal. Fábrica de Estairon Intriago, La Mocerita - Junín

Foto: Lucía Intriago

La mezcla se coloca en moldes rectangulares pincelados con manteca y enharinados todo el borde; actualmente se forra la base con papel manteca, según se muestra en la imagen 23 y se coloca en el horno artesanal a temperatura media para ser tostados (imagen 24)



Imagen 23: Bizcochuelos en molde rectangular listos para cortar y para tostar en el horno

Foto: Lucía Intriago



Imagen 24: Fábrica de bizcochuelos de Estairon Intriago: Horno ancestral.
Foto: Lucía Intriago

OTROS ATRACTIVOS TURÍSTICOS:

El centro de la ciudad también posee Quintas Recreacionales como la Quinta Gisol y la Quinta San Carlos que ofrecen servicio de comida, piscina y juegos infantiles.

Parques y Plazas: Entre los parques que se encuentran en el Cantón Junín están el parque Ketier Solórzano, el parque de las Madres, el parque de la Primero de Enero y La Plaza Cívica “Dr. Carlos A. Morales L”.

CENTROS DE DIVERSIÓN:

West Club: Con una trayectoria de más de 16 años. Su principal atractivo son las fiestas temáticas, con las que se posesionó en el mercado de diversión nocturna todos los fines de semana en la noche. Está ubicado en la calle Sucre y Av. Vicente Mendoza.

Río Bar: Centro de diversión nocturna que atiende los fines de semana, ofrece bebidas alcohólicas y piqueos. Se ubica en la Av. 8 de Noviembre y Av. Eloy Alfaro.

Gloss Discoteque: Está localizada en la calle 10 de Agosto, vía al Colegio Carlos García Mora. Funcionan los fines de semana y se renta para eventos sociales.

3.1.6 FACILIDADES TURÍSTICAS

La planta turística del cantón Junín está constituida por Dos hostales que disponen de 40 plazas, 25 establecimientos de alimentos y bebidas, 2 cooperativas de taxis, 1 cooperativa de camionetas, 1 cooperativa de transporte pesado y 3 establecimientos de diversión nocturna.

ALOJAMIENTO:

Hostal Abigail:

Brinda hospedaje desde US\$ 10,00 (diez Dólares) la noche por pax, está ubicado en el centro de Junín, Calle Coronel García y Eloy Alfaro.

Hostal Sibita:

Ofrece servicio de hospedaje desde US\$ 20,00 (Veinte Dólares) hasta US\$ 40 (cuarenta Dólares) la noche por pax, está ubicado en la Av. Vicente Mendoza entre Bolívar y Colón.

En total en Junín existen 30 plazas de alojamiento, según datos de esta investigación.

TRANSPORTE:

Junín tiene transporte de acceso directo desde los cantones Portoviejo, Bolívar y Chone, a través de las Cooperativas de Transporte: Ciudad de Canuto, San Cristóbal de Bolívar, Ciudad de Calceta y Reina del Camino. Desde Portoviejo capital de Manabí a sólo 50 minutos; desde Calceta a 15 minutos de recorrido y desde Chone a 30 minutos.

Para acceder a las comunidades del área rural, existen cooperativas denominadas transporte de furgonetas “Cerro de Junín”, transporte de carros livianos “Río Mosca” y “Cooperativa 17 de mayo”. Además “Trans Junín” de transporte pesado. Dos Cooperativas de Taxis: Una llamada “Junín” y la otra “Ule”, la tarifa mínima es de US\$ 1,00 (Un Dólar).

Durante las mesas de trabajo realizadas en el cantón Junín se obtiene información de parte del señor Franklin Valdivieso Mora quién fuera servidor de la Cooperativa de Transporte Interprovincial Reina del Camino por 20 años y es experto conocedor de la tendencia diaria del transporte emisor y receptor que tiene Junín. De esta fuente se obtienen los siguientes resultados:

Actualmente no existen cooperativas de transporte intercantonal con jurisdicción en Junín, pero las del cantón Bolívar que cubren la ruta Chone - Portoviejo, y la Cooperativa Reina del Camino de Chone, abastecen la demanda.

En este ámbito de la investigación también se han obtenido cifras importantes respecto al sistema de transporte público que cruza el cantón como eje central, que moviliza alrededor de 2.975 pasajeros diariamente, según los resultados que se muestran en las tablas 7, 8, 9 y 10; que se han elaborado aprovechando la información proporcionada, para entender de mejor manera la transitabilidad que tiene el cantón Junín.

Tabla 7: Pasajeros que provienen de Quito a Junín en Cooperativa Reina del Camino

Cooperativa Reina del Camino: Venta Pasajes Quito - Junín				
Frecuencia	Pasajes vendidos			
	Diario	Semanal	Mensual	Anual
Días laborables	20	100	400	4.800
Días sábados	40	40	160	1.920
Días domingos	40	40	160	1.920
Subtotal	100	180	720	8.640
Feridos (x 11 al año)			90	990
Total Pasajeros:	100	180	810	9.630

Elaboración propia, con datos proporcionados por el Sr. Franklin Valdivieso

La Cooperativa de transporte interprovincial Reina del Camino, tiene en el cantón Junín una oficina para abastecer la demanda de pasajeros que viajan por la ruta Junín – Quito, Quito – Junín; y, por la ruta Junín – Guayaquil y Guayaquil - Junín. Según el señor Franklin Valdivieso, la demanda de pasajes de Quito a Junín y viceversa es de aproximadamente 20 personas diarias, incrementándose los sábados y domingos a 40 pasajeros.

Tabla 8: Pasajeros que provienen de Guayaquil a Junín en Cooperativa Reina del Camino

Cooperativa Reina del Camino: Venta Pasajes Guayaquil Junín				
FRECUENCIA	Pasajes vendidos			
	Diario	Semanal	Mensual	Anual
Días laborables	15	75	300	3.600
Días sábados	30	30	120	1.440
Días domingos	30	30	120	1.440
Subtotal	75	135	540	6.480
Feriados (11 al año)			68	743
Total Pasajeros:	75	135	608	7.223

Elaboración propia, con datos proporcionados por el Sr. Franklin Valdivieso

De Guayaquil a Junín y de Junín a Guayaquil se movilizan aproximadamente 15 personas diarias y los sábados y domingos se duplica esta cantidad.

En feriados todas las cooperativas de transporte que pasan por este cantón tienen un incremento del 450% aproximadamente. Los turnos a Guayaquil son: a las 7H00, a las 11H00, a las 13H00 y a las 17H00. Los horarios a Quito son; 8H00, 12H00 y 22H00.

En feriados se venden entre 12 y 15 carros extras que significan de 600 a 700 pasajeros. En días de procesos electorales para elegir presidente de la república, se han llegado a vender hasta 20 carros extras. Los feriados que movilizan mayor cantidad de gente son los del 2 de noviembre (Fieles Difuntos) y Año Nuevo.

Además como conocedor del tránsito vehicular por la localidad informa que las cooperativas de transporte que pasan por Junín que son la Cooperativa San Cristóbal, Canuto y Ciudad de Calceta, comparten oficina y trabajan en conjunto, de ellos no se pueden obtener estadísticas concretas porque simplemente sellan la hora de salida y de llegada, pero no venden boletos, las personas se suben y el oficial es quién les cobra en el vehículo. Pero se puede decir que por Junín transitan diariamente aproximadamente 700 personas, basando estas cifras en que cada carro tiene entre 40 o 45 asientos y hacen 4 vueltas (Van a Portoviejo, regresan a Chone, Van nuevamente a Portoviejo y regresan a Chone) teniendo en consideración que entre estas 3 cooperativas

suman casi 40 unidades. Por lo antes mencionado es difícil cuantificar es cuántas personas de esas 700 son visitantes y cuántas van de tránsito.

Tabla 9: Flujo de pasajeros que transitan por Junín en Cooperativas: Canuto, San Cristóbal de Bolívar y Ciudad de Calceta:

Cooperativas del Cantón Bolívar				
Frecuencia	Pasajeros			
	Diario	Semanal	Mensual	Anual
Días laborables	700	3.500	14.000	168.000
Días sábados	1.050	1.050	4.200	50.400
Días domingos	1.050	1.050	4.200	50.400
Subtotal	2.800	5.600	22.400	268.800
Feriatos (11 al año)			3.150	34.650
Total:	2.800	5.600	25.550	303.450

Elaboración propia, con datos proporcionados por el Sr. Franklin Valdivieso Mora

Tabla 10: Análisis General del total de personas que transitan por el cantón Junín

Frecuencia	Pasajeros			
	Diario	Semanal	Mensual	Anual
Total Quito Junín	100	180	810	9.630
Total Guayaquil Junín	75	135	608	7.223
Total Cooperativas de Bolívar	2.800	5.600	25.550	303.450
Total:	2.975	5.915	26.968	320.303

Elaboración propia, con datos proporcionados por el Sr. Franklin Valdivieso Mora

En resumen, el número aproximado de personas que transitan por Junín en transporte público es de 2.975 al día, 5.915 semanales, 26.968 mensuales y 320.303 al año; movilizadas por las Cooperativas: Reina del Camino, Canuto, San Cristóbal y Ciudad de Calceta. Además se puede inferir que un 10% adicional de las cifras indicadas llegan a Junín en transporte privado por asuntos personales, laborales o comerciales. Junín estaría sobrepasando los 3.200 transeúntes al día.

Tabla 11. Distancia de las principales ciudades del Ecuador hacia Junín:

De Junín a:	Distancia:
Quito:	314 kilómetros
Guayaquil:	229 kilómetros
Cuenca:	422 kilómetros
Santo Domingo:	186 kilómetros
Machala:	407 kilómetros

Fuente: <https://ec.viajandox.com/manabi/junin-C147>

Otro sector de mucha importancia tiene un transporte no tradicional como las motos, estas transportan a las personas que viven en el sitio Agua Fría, La Mocerita, Indostán, Puerto Alto, desde la carretera principal (Junín – Calceta) hasta sus viviendas, generando un servicio necesario para la transportación de muchas personas que se dedican a la actividad productiva a los derivados de la caña de azúcar.

3.1.7 CRITERIOS PARA JERARQUIZACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS

Según lo que indica la Guía Metodológica, el Ministerio de Turismo (MINTUR) para la jerarquización de productos turísticos nacionales ha definido un conjunto de criterios de evaluación, relacionados con los atributos y oferta del atractivo, lo que finalmente ha determinado su jerarquía. Estos criterios tienen sustento en los índices de competitividad turística establecidos por la Organización Mundial de Turismo (OMT). (MINTUR, 2017)

Los Criterios relacionados con el índice de competitividad turística y con la demanda que el MINTUR ha tomado en consideración para hacer la ponderación son: Accesibilidad y conectividad, planta Turística /Servicios, actividades que se practican (Opciones recreacionales), estado de conservación e integración atractivo / entorno, políticas y regulaciones, salud e higiene y seguridad turística.

Los atractivos turísticos una vez valorados acorde a la ponderación de criterios antes descrita, permiten conocer el grado de interés y las opciones de visita en el atractivo. Esta valoración dará como resultado una puntuación que se enmarca dentro de una jerarquía que va en una escala de I a IV.

Tabla 12. Rangos de jerarquización

RANGOS	JERARQUÍA
6 – 100	IV
51 – 75	III
26 – 50	II
11 - 25	I
0 - 10	Recurso

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

Elaboración: Dirección de Planificación de Destinos, MINTUR, 2016

Las jerarquías corresponden a un proceso de cualificación con base en la revisión de la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos (MINTUR, 2004) con criterios propuestos por la OEA, que se ha adoptado en el país como base para el levantamiento de atractivos turísticos. A continuación se describen las que corresponden al cantón Junín:

Tabla 13. Descripción de Jerarquías.

Jerarquía	Descripción
Jerarquía III	Atractivo con rasgos excepcionales, capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros.
Jerarquía II	Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas nacionales.

Fuente: Adaptado de Metodología Inventarios de Atractivos Turísticos, MINTUR, 2004 y 2014.

Elaboración: Dirección de Planificación de Destinos Turísticos; MINTUR, 2016

Se ha descrito todo el proceso anterior con la finalidad de diferenciar Los recursos y los establecimientos turísticos jerarquizados por el MINTUR y los que realmente existen en Junín porque los que han sido inventariados por el MINTUR no reflejan la realidad de Oferta del cantón en vista de que no se los ha actualizado desde el año 2007. A continuación se presentan los resultados:

Tabla 14. Atractivos turísticos del cantón Junín:

PARROQUIA	SECTOR	NOMBRE ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA	TIPO DE USO	LATITUD	LONGITUD
Junín	Agua Fría	Elaboración de panela con caña de azúcar (panelera)	Manifestaciones Culturales	Etnográfica	Comidas y Bebidas Típicas	III	Privado	9900547	596379
Junín	Agua Fría	Elaboración de alcohol (aguardiente)	Manifestaciones Culturales	Etnográfica	Comidas y Bebidas Típicas	II	Privado	9900562	596311
Junín	Junín	Conjunto Parcial Colonial	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura	II	Privado	9897629	588156
Junín	El Jinqe	Cuevas "Casa del Diablo"	Sitios Naturales	Fenómenos Espeleológicos	Cavernas	II	Privado	9897459	587283
Junín	Las Piedras	Balneario de agua dulce "Sol y Agua"	Sitios Naturales	Ríos	Balneario	II	Privado	9895926	586626

Listado actualizado al 2007. Fuente: MINTUR 2018

La fabricación de panela con caña de azúcar, ha sido signada con categoría III. La elaboración de alcohol (aguardiente); el Conjunto Parcial Colonial, las Cuevas "Casa del Diablo" y el Balneario de agua dulce "Sol y Agua" se les ha ubicado en categoría II, siendo éstos los productos que mayor posibilidad de desarrollo turístico tienen en el cantón Junín.

Tabla 15. Establecimientos turísticos del cantón Junín:

RUC	NOMBRE COMERCIAL	# REGISTRO	FECHA REGISTR O	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROPIETARIO
1301856157001	Choza Raylu	1307500251	26/11/2004	Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Intriago Avellán Guadalupe
1302239213001	Quinta San Carlos	1307500791	22/03/2007	Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Loor Vélez Letty Dioselina
1303159568001	Quinta San Ramón	1307501680	02/07/2015	Recreación, Diversión, Esparcimiento	Termas y Balnearios	Segunda	Sánchez García Rosa Teresita
1304118548001	Quinta Gisol	1307501228	22/11/2012	Recreación, Diversión, Esparcimiento	Termas y Balnearios	Segunda	Giler Bravo Ángel Rodolfo
1308564358001	Zuadbry Mini Market	1307501546	25/07/2014	Alimentos y Bebidas	Fuente de Soda	Tercera	Intriago Intriago María Natalí

Fuente: MINTUR 2018

En esta tabla se refleja el Consolidado Nacional, en cuya base de datos actualizada al 2018 por la Dirección de Regulación y Control del MINTUR, constan los establecimientos que han sido categorizados como turísticos, es decir que son regulados por este Ministerio. Estos establecimientos son la Choza Raylú, la Quinta San Carlos, La Quinta San Ramón, la Quinta Gisol y el Mini Market Zuadbry.

ESTABLECIMIENTOS NO TURÍSTICOS:

Además de los establecimientos antes descritos, se realiza un inventario de los otros negocios dentro del servicio de hospedaje, diversiones y de alimentos y bebidas, que por sus características son normados por otras instituciones del estado, o no han sido registrados en el MINTUR.

Tabla 16. Establecimientos no categorizados como turísticos

NOMBRE	DIRECCIÓN	TIPO ESTABLECIMIENTO
Asadero de Yenyka	8 de Noviembre y V. Mendoza	Asadero de pollos
Bar Jostib	Callejón G y Martha Bucaram	Bar restaurante
Bar Sanbra	Eloy Alfaro y 10 de Agosto	Bar, licorería
Batidos Hakuna	Av. 8 de Noviembre y Sucre	Bar Restaurante
Cevichería De Magi	Coronel García y Sucre	Restaurante
Don Primo	Cerro de Junín	Restaurante comida típica
El Naranja	Av. 8 de Noviembre y Sucre	Restaurante
Green Frost	Av. Eloy Alfaro y 8 de Noviembre	Heladería
Heladería D´Mary	Bolívar y Eloy Alfaro	Heladería
Heladería Pingüino	Av. 8 de Noviembre y Eloy Alfaro	Heladería
La Esquina de Ales	Av. 10 de Agosto y Eloy Alfaro	Asadero de pollos
La Hormiga	Velasco Ibarra y V. Mendoza	Cafetería
Ñaño Pool	Vicente Mendoza y 10 de Agosto	Bar
Parrilladas Divino Niño	Coronel García y Eloy Alfaro	Restaurante
Picantería sin Nombre	Eloy Alfaro y Bolívar esquina	Picantería
Pikeo Restaurante	Eloy Alfaro y Velasco Ibarra	Piqueos
Restaurante El Tropicalísimo	Miguel Boris y Av. 8 de Noviembre	Restaurante
Restaurante La Isla	Eloy Alfaro y Velasco Ibarra	Restaurante
Restaurante Rosita	10 de Agosto y Eloy Alfaro	Restaurante
Rustic House	Eloy Alfaro y 8 de Noviembre	Restaurante
Wings King	Coronel García y Eloy Alfaro	Comida rápida
Secos y aguados Panchito	8 de Noviembre y Eloy Alfaro	Comedor
Gloss Discoteque	Av. 10 de Agosto	Discoteque
Hostal Sibita	Bolívar y Eloy Alfaro	Hostal

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Determinación de potencialidades turísticas del cantón Junín

Se realiza a través de la adaptación de la matriz de potencialidades de Villegas (2000), en base al análisis de las variables cualitativas de carácter cultural, ambiental, paisajístico y/o deportivo del sitio (C,A,P&D) y luego se considera los atributos de evaluación factible dinámica, utilización, accesibilidad y equipamiento turístico de los lugares inventariados (d,u,a,e).

Tabla 17. Matriz de potencialidades turísticas asociadas a atractivos del cantón Junín

N°	RECURSO	CARÁCTER				ATRIBUTOS				TOTAL
		C	A	P	D	d	u	a	e	
1	Elaboración de panela con caña de azúcar	3				4	4	3	1	15
2	Elaboración de alcohol (aguardiente)	3				4	4	3	1	15
3	Conjunto Parcial Colonial	1				1	1	3	1	7
4	Fiestas Religiosas de San Roque	2				1	2	4	2	11
5	Fiestas Patronales Virgen de Lourdes	2				1	2	4	2	11
6	Fiestas de Cantonización	2				1	2	4	2	11
7	Cuevas "Casa del Diablo"			3		3	2	2	1	11
8	Balneario de agua dulce "Sol y Agua"		1			1	1	1	1	5
9	Quinta San Carlos			1		3	3	4	4	15
10	Quinta Gisol			1		3	3	4	4	15

Elaboración propia

Ponderación por su carácter:

- **Cultural:** evaluándose éste (en tablas de inventario) como: moderado (C1), importante (C2), muy importante (C3).
- **Ambiental:** evaluándose éste (en la tabla de inventario) como: moderado (A1), importante (A2), muy importante (A3).
- **Paisajístico:** evaluándose éste (en la tabla de inventario) como: moderado (P1), importante (P2), muy importante (P3).
- **Deportivo:** evaluándose como: moderado (D1), importante (D2), muy importante (D3).

Ponderación por su atributo:

- **Dinámica:** definiéndose (en la tabla de inventario) como: latente, (d1), emergente (d2), consolidada (d3), consolidada y en expansión (d4).

- **Utilización:** definiéndose (en la tabla de inventario) como: potencial, (u1), moderada o reducida (u2), masiva temporalmente (u3), masiva constantemente (u4).
- **Accesibilidad:** La accesibilidad puede definirse (en la tabla de inventario) como: difícil o incómoda, (a1), mediana o aceptable (a2), buena (a3), excelente (a4).
- **Equipamiento turístico:** que puede ser (en la tabla de inventario): inexistente o nulo, (e1), o bien contar con bar/es, venta/s y/o restaurante/s, es decir, que le permite la manutención (e2), o bien lo anterior y además hotel/s, hostel/es, pensión/es, campamento/s u otras modalidades de alojamiento (e3), o bien constituye un complejo turístico (e4).

Interpretación de resultados: Según la matriz aplicada a los recursos inventariados por el Ministerio de Turismo con mayor potencial del cantón son: La elaboración del aguardiente (Currincho), la elaboración de panela, la Quinta Recreacional Gisol y la Quinta Recreacional San Carlos, seguidos de La Cueva del Diablo y las fiestas locales.

3.1.8 IDENTIFICACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS.

Es necesario incorporar a los actores de las distintas estaciones del Circuito Ruta de Ciclopaseos Vivenciales en una forma de alianza estratégica con el Gobierno Local, Gobierno Provincial, Ministerio de Turismo, con la finalidad de unir esfuerzos en el desarrollo de actividades de operación turística y, con ello, lograr un exitoso cometido en esta forma de turismo, con los criterios de sustentabilidad manejada por personas del cantón con formas de organización e integración empresarial que beneficie a los pobladores y las comunidades participantes. Podrán participar como aliados además el Ministerio de Ambiente, Ministerio de Transporte y de Gobierno porque sus competencias enriquecen la estructuración de este producto de cicloturismo.

Las entidades públicas aportarán con la construcción de facilidades turísticas a lo largo de la ruta y proveerán la logística para seguridad de los visitantes, cuando se requiera; así como la demarcación de la ruta; la capacitación y apoyo técnico necesario para la puesta en operación del circuito.

Los actores participantes en las diversas estaciones de la ruta, deberán comprometerse a manejar los debidos protocolos de responsabilidad social y de desarrollo sostenible del turismo en la operación turística de este producto; a asistir a las capacitaciones que se impartan y a aplicar los conocimientos adquiridos para la total satisfacción de los turistas; a constituir pequeñas empresas de servicios especializados con la participación de los integrantes de las familias y productores artesanales; a Aliarse con el Ministerio de Turismo para capacitación en la prestación de servicios diferenciales; tales como: Hospitalidad, administración de empresas de servicio gastronómico, atención al turista con discapacidad, agentes de venta, entre otros y orientar la incorporación de los grupos familiares del área y de las comunidades cercanas; así como a las propias comunidades como un todo. A todas ellas, se les organiza con una visión empresarial para que participen activamente en los diferentes paquetes de servicios turísticos que se ofrecen. Se busca especializarlos en donde están sus mayores habilidades, conocimientos y destrezas.

La información para identificación de alianzas estratégicas ha sido adaptada de (Juárez1, 2010) que en resumen plantea una división del trabajo basada en la especialización.

3.1.9 DESCRIPCIÓN DE LA GESTIÓN TURÍSTICA Y ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

El desarrollo del turismo en el cantón Junín actualmente se limita al flujo de visitantes esporádicos que reciben los trapiches de las comunidades de Agua Fría, Indostán y La Mocerita, atraídos por conocer los procesos de fabricación de Aguardiente, de otros productos derivados de la caña de azúcar y de elaboración de bizcochuelos tostados.

Respecto al cicloturismo: En Junín desde hace aproximadamente tres años existe un grupo de 10 ciclistas que permanentemente están en rutas, no están constituidos legalmente como club, pero se les suman hasta 30 personas aficionadas a este deporte que son del cantón y con quienes recorren el territorio.

El domingo, 11 de noviembre de 2018 el grupo de ciclistas de Junín organizó una competencia que se llamó “Desafío Junín, Primera Edición” y congregó a 220 competidores de diferentes provincias del Ecuador y se calcula que alrededor de 500 personas más acompañaron a los ciclistas; los comentarios emitidos fueron halagadores para la ruta, los paisajes, la hospitalidad de la gente, la organización del evento, la atención recibida, la seguridad y la potencialidad para institucionalizar este evento que además despertó la curiosidad de los participantes de conocer el resto del territorio.

Los dos hostales del cantón registraron overbooking ese fin de semana y los restaurantes ocupación total de sillas. El transporte público estuvo lleno en todos los turnos, los taxistas copados de trabajo y la población se contagió con la algarabía de la carrera. Esto demuestra que el ciclismo es un gran aliado del turismo y éste a su vez un multiplicador de beneficios para la economía y fortalecimiento social de la población.

Según el PDOT del 2016, Junín turísticamente está considerado como un destino de paso y esto tiene su sustento porque el turismo no está considerado dentro de los ejes de desarrollo de la administración Municipal y en la Dirección de Turismo, no existen bases de datos turísticas ni material de difusión de atractivos; los actores no están capacitados para recibir turistas y existe carencia de servicios básicos en algunas de las comunidades, la conectividad a internet y televisión por cable es deficiente, no existen estudios de mercadeo, ni gestión, ni proyectos turísticos sostenibles para el cantón, tampoco oferta de productos que estén funcionando, no hay facilidades turísticas en sitios de interés y no se cuida ni se difunde patrimonio cultural existente.

3.2 FASE 2: ESTUDIO DEL MERCADO TURÍSTICO

El mercado turístico en general está compuesto por todas aquellas personas que tienen la predisposición para conocer lugares distintos a su entorno cotidiano. Desde esta premisa, la demanda turística se torna extensa y diversa. Por tal razón, todo proyecto turístico requiere ajustar su ámbito de mercado en grupos específicos que permitan enfocar los esfuerzos de la cadena productiva de turismo, y poder generar una adecuada atención y servicios.

En marketing, este proceso de agrupamiento y enfoque se denomina segmentación de mercado. El estudio del mercado turístico para la Ruta de Ciclopaseos Vivenciales en el cantón Junín identifica los hábitos, valores y costumbres de los prestadores de servicios al turista en la comunidad La Mocerita del cantón Junín, lugar donde se realizarán los ciclopaseos, lo cual va a incidir en el trato que van a recibir los ciclistas; y en el modo de compartir información que les provea comodidad y seguridad en el lugar.

De la misma manera recoge toda la información acerca de los rasgos característicos de los consumidores más interesados en el uso del producto, en base a sus expectativas y preferencias, es decir el perfil del turista potencial.

El estudio se completa con un análisis ponderado que busca comparar la posición del cantón Junín, respecto de los cantones más cercanos como son Bolívar y Portoviejo, no se compara la ruta de ciclopaseos vivenciales con productos similares, porque no existen en toda la provincia. El análisis utiliza criterios como el Entorno Natural, la Conectividad, la Promoción Turística, la Demanda Turística, la Oferta Turística, las Actividades Recreativas, la Accesibilidad, las Rutas Cicloturísticas y la Seguridad, los mismos que han sido formulados en base una publicación de mi tutor de tesis, Nelson García. (García, 2018)

3.2.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA LOCAL

Demanda Turística de la Comunidad La Mocerita

En la Comunidad La Mocerita del cantón Junín, existe escasa demanda turística y la afluencia de visitantes es muy esporádica, no se tienen cifras

exactas de cuántas personas son las que llegan, porque las fábricas no llevan ninguna bitácora de control, es decir no hay un manejo técnico del turismo en la zona. Por observación directa y por información proporcionada por el señor Xavier Alcívar se deduce que la comunidad tiene una demanda aproximada de 180 personas a la semana. La principal motivación de las visitas es conocer el proceso de fabricación de los productos típicos del lugar (aguardiente, panela, alfeñiques, miel de caña, guarapo, bizcochuelos), con fines académicos, por excursión, para obtener información para promoción del cantón, para hacer tomas para programas de televisión y redes sociales, para conseguir datos para proyectos productivos, también por entretenimiento y la razón principal para comprar los productos que elaboran.

La frecuencia de la demanda es permanente, se mantiene todo el año. En su mayoría viaja hasta la comunidad de manera independiente, es decir sin intervención de ninguna agencia u operadora turística. La mayor parte de las personas que llegan hasta la Mocerita provienen de los cantones aledaños y en un porcentaje mínimo del resto de provincias del Ecuador que van por negocio o por excursión. Se estima que cada visitante gasta en este destino de 15 a 20 Dólares diarios, considerando que actualmente cada galón de Currincho cuesta 6 Dólares, 0.75 centavos de Dólar la panela y 1 Dólar el paquete de bizcochuelos. Los comerciantes de aguardiente compran para negocio, mínimo un tanque diario que cuesta 200 Dólares, aunque esta cifra puede subir a 4 tanques según la demanda y la agilidad de la venta (George Delgado, comerciante).

Los servicios turísticos que consumen los visitantes son alojamiento, alimentos y bebidas, transporte y compra de productos emblemáticos.

3.2.2 PERFIL DEL TURISTA POTENCIAL PARA EL CICLO PASEO VIVENCIAL.

Las encuestas se las realizó para poder establecer el perfil de turista potencial para el ciclopaseo vivencial. Fueron ejecutadas en el cantón Junín, en el transcurso de una semana, los encuestados proporcionaron información clara y precisa para determinar este perfil. Teniendo una muestra de 199.92 personas, fueron encuestadas 200 personas entre hombres y mujeres, entre las edades

de 18 a 65 años en adelante, procedentes de varios sectores a nivel nacional e internacional.

Se presenta a continuación la tabla de perfil de la demanda (tabla 18) lograda con los resultados debidamente analizados e interpretados. Los gráficos fueron hechos de tipo pastel con divisiones y porcentajes de las respuestas obtenidas con el fin de tener una visualización clara del trabajo realizado en la investigación. (Anexo 5)

Tabla 18: *Análisis del perfil de la demanda*

Variables	Características
Demográficas	Edad: de 18 a 26 años: 44%. De 27 a 35 años: 29%. De 36 y 44 años: 7%. (anexo 4, tabla 22)
Geográficas	Género: 58%: hombres y 42%: mujeres. (anexo 4, tabla 23) El 92% de visitantes de Junín son nacionales y el 8% extranjeros. (anexo 4, tabla 24)
Socioculturales	Posibilidades de gasto: US\$ 40 diarios, 81%. De US\$ 41 a \$ 70, 8% y de US\$71 a US\$ 100 el 1% (anexo 4, tabla 29)
Motivaciones	Compra de Currincho: 23%, Visita Familiares y amigos: 14% y Compra de bizcochuelos: 13,5%. (anexo 4, tabla 26)
Tipo Alojamiento:	Viviendas propias, de familiares o amigos: 90%. Hostal: 8%. Vivienda alquilada: 2% (anexo 4, figura 5)
Con quiénes viajan:	En familia: 53%. Solos: 29%. En parejas: 11%. Con amigos: 7% (anexo 4, figura 2)
Organización y duración del viaje	Sin reserva: 92%. Reservó directamente: 2% (anexo 4, tabla 27) Duración del viaje: 1 día: 70%, 1 o 2 días: 26%. De 3 a 6 noches: 2%. Más de 7 noches: 2%.(anexo 4, figura 4)
Frecuencia del viaje	Fines de semana: 64%. Días laborables 16%. Días laborables: 14%. En ocasiones especiales: 6%. (anexo 4, figura 6)
En qué se desplaza	Vehículo propio: 84%. Autobús: 14 %. Taxi: 1%. Vehículo alquilado: 1%. (anexo 4, figura 3)
Percepción del destino	Precios: bajos: 44%. Muy bajos: 43%. Altos: 8%. Muy altos: 5%. (anexo 4, figura 7) Oferta turística: Regular: 46%. Mala: 38%. Buena: 10%.

Excelente: 6% excelente. (anexo 4, figura 8)

Actividades

Visitar amigos y familiares: 46.5% Compra de productos tradicionales: 27.5%. Oferta gastronómica: 9%. Conocer casco urbano: 6%. Visitar fincas agroturísticas: 4%. (anexo 4, tabla 28)

Fuente: elaboración propia

Según estos resultados la mayor cantidad de personas que visita Junín está entre el rango de 18 a 26 años de edad, que corresponde a un porcentaje del 44%. El 29% corresponde a visitantes de entre 27 a 35 años. Un 17% que corresponden a ciudadanos de entre 36 y 44 años. En cuarto lugar están las personas de 45 a 53 años con un 6% y por último las personas de 54 a 65 años ubicadas en el 4%.

Respecto al género de quienes visitan Junín, 116 personas de 200 encuestadas fueron hombres y 84 fueron mujeres.

Junín es visitado en un 92%, por ciudadanos ecuatorianos, es decir 184 de las personas encuestadas fueron de este mismo país. Apenas un 8%, es decir 16 personas fueron extranjeras.

Los individuos encuestados respondieron que obtuvieron información de Junín por medio de amigos o familiares, 138 personas, es decir 69% se ubican en este segmento. Seguidamente 48 visitantes que corresponden al 24% afirman saber de Junín por haber estado ya ahí. El 3% corresponde a 5 personas que dijeron tener información de Junín por haber asistido a ferias. 3 individuos, ósea el 2% dijeron que por publicidad en los diferentes medios de comunicación y apenas 2 personas, es decir el 1% por internet. La opción Agencia de viajes no obtuvo ninguna respuesta.

Según los resultados obtenidos la mayor motivación que tienen las personas para visitar Junín se encuentra dentro de las motivaciones por atractivos turísticos y es por comprar aguardiente o panela, de las 200 personas encuestadas, 46 de ellas, es decir un 23% acude a Junín con el mencionado propósito. 28 personas, es decir el 14% respondieron que acuden a Junín para visitar a familiares y amigos. Con el objetivo de comprar bizcochuelos respondieron 27 personas, es decir 13.5%. En cuarto lugar, 21 individuos, o lo que es lo mismo 10.5% personas indicaron que acuden a Junín por negocios o

cuestiones profesionales. Hay un 9.5%, es decir 19 personas que van a Junín para conocer las fábricas de aguardiente. Los que acuden por ciclismo son 13 personas, es decir 6.5% y las cifras van decreciendo, quienes se motivaron por la oferta de restauración fueron el 5%, por naturaleza y paisaje 3%, y por conocer fábrica de bizcochuelos el 3%, por excursión 1.5%.

El 53% de las personas consultadas aseveró viajar en familia, en segundo lugar las respuestas mayoritarias correspondieron al 29% de personas que viajan solas, un 11% que lo hizo en parejas, y finalmente un 7% que manifestó que viajó con amigos.

Según las encuestas el 84% de personas que llegaron a Junín lo hicieron en vehículo propio; el 14 % viajó en autobús; el 1% lo hizo en taxi y el 1% restante alquiló un vehículo para llegar hasta allá.

La mayor parte, es decir un 70% de los visitantes que acudieron a Junín lo hicieron por un solo día, el 26% lo hizo con una duración de 1 a 2 noches; el 2% de 3 a 6 noches y un 2% adicional que estuvo por 7 o más noches

Las personas que viajaron a Junín se alojaron en un 90% en viviendas propias, de familiares o de amigos; un porcentaje del 8% se alojó en un hostel y el 2% lo hizo en una vivienda alquilada.

El 98% manifiesta que llegó a Junín por cuenta propia, es decir sin reserva de ninguna índole y tan sólo el 2% reservó directamente.

Los individuos encuestados afirmaron en un 46,5% que cuando van Junín lo hacen para visitar amigos y familiares, este porcentaje es el más alto de todos. Luego un 27.5% indicó que acuden para comprar los productos tradicionales del cantón, mientras que un 9% acudió por comer en restaurantes o cafeterías. El 6% lo hizo para conocer la cabecera cantonal o casco urbano, y por último visitar fincas agroturísticas en un 4%.

La mayor frecuencia con la que los visitantes llegan a Junín es los fines de semana y corresponde al 64% de los encuestados. El 16% lo hace en días laborables, un 14% acuden en ocasiones especiales y el 6% restante va solamente en días festivos.

Los encuestados manifestaron que están dispuestos a gastar hasta \$40 durante su estadía en Junín, es decir un 91% del total de personas consultadas. El 8% podría gastar de \$41 a \$70 y el 1% gastaría de \$71 a \$100.

Respecto a la percepción que los visitantes tienen de los precios en el cantón Junín, un 44% indicó que le parecen muy bajos, un 43% que los consideran bajos, el 8% dijo que les parecieron altos y un 5% muy altos.

Las respuestas a esta pregunta corresponden a un 46% que manifestó que la oferta turística de Junín le parece regular, un 38% dijo que mala, el 10% la considera buena y un 6% excelente.

El 65.5 % de los encuestados dijo que si compartiría su experiencia en Junín en las redes sociales y el restante 34.5% manifestó que no lo haría.

En esta pregunta el 96% de las personas consultadas indicó que si volvería a visitar Junín; el 4% dijo que no lo volvería a hacer.

El 74% de quiénes fueron encuestados respondieron que si recomendarían a Junín como destino turístico, mientras que el 26% no lo recomendaría.

3.2.3 PERCEPCIÓN QUE TIENEN LOS CICLISTAS SOBRE LA GENERACIÓN DE DEMANDA CICLOTURÍSTICA EN JUNÍN

Para determinar la percepción que tienen los ciclistas nacionales de la generación de demanda cicloturística y de la potencialidad del territorio de Junín para el desarrollo del cicloturismo, se aplicaron encuestas en la primera edición de la competencia ciclística Desafío Junín 2018.

El domingo 11 de noviembre de 2018 se efectuó la Primera Edición de la competencia ciclística Desafío Junín 2018, en la que se inscribieron 220 competidores de distintas categorías. La presencia de participantes de distintos lugares del país como: Ibarra, Latacunga, Quito, Portoviejo, Tosagua, Guayaquil, Esmeraldas, Manta, Santo Domingo, Valencia, Calceta que son concedores de diversas rutas ciclísticas, de lugares donde se desarrolla el cicloturismo dentro y fuera del país.

Las preguntas fueron planteadas a una muestra de 196 competidores, que se obtuvo aplicando la fórmula para poblaciones finitas. A continuación los resultados obtenidos:

Pregunta N° 1: ¿Le gustaría regresar a realizar este recorrido en el cantón Junín?

Tabla 19: Respuesta al cuestionamiento de si regresarían a este cantón.

Respuesta	Total	
	Cantidad	%
Si	196	100%
No	0	0%
Total	196	100%

Elaboración propia

La totalidad de los encuestados coincide en que si les gustaría regresar a Junín a realizar este recorrido, las 196 personas contestaron afirmativamente.

Pregunta N° 2: ¿Cree usted que Junín puede desarrollar el turismo a través de actividades deportivas y de aventura?

Tabla 20: Capacidad del cantón para desarrollar el turismo a través de actividades deportivas y de aventura

Respuesta	Total	
	Cantidad	%
Si	196	100%
No	0	0%
Total	196	100%

Elaboración propia

El 100% de las personas encuestadas responde afirmativamente; creen que Junín tiene las características y está en capacidad de desarrollarse turísticamente mediante aliados como las actividades deportivas y de aventura.

Pregunta N° 3: ¿De qué manera usted podría aportar al desarrollo turístico del cantón Junín?

Tabla 21: Maneras en que los encuestados podrían aportar al desarrollo del turismo en Junín.

Respuesta	Total	
	Cantidad	%
Difundiendo los atractivos en otras competencias y redes sociales	98	50%
Hablando bien de la gente y paisajes rurales de Junín en su ciudad	22	11%
Regresando con la familia y amigos	76	39%
Total	196	100%

Elaboración propia

Noventa y ocho personas, es decir el 50% respondieron que ellos podrían aportar al desarrollo del turismo en Junín difundiendo los atractivos descubiertos en el cantón en otras competencias que asistan y también publicándolos en sus redes sociales. 22 personas, es decir el 11% dijeron que su aporte podría ser hablando bien de la gente y de los paisajes rurales de Junín en sus lugares de origen. 76 encuestados, osea el 39% dijo que podría colaborar con el desarrollo turístico de esta localidad, regresando con sus familias y amigos.

Pregunta N° 4 ¿Qué sugerencia tiene para que el cantón Junín se desarrolle turísticamente?

Tabla 22: Sugerencias para que Junín desarrolle la actividad turística.

Respuesta	Total	
	Cantidad	%
Que difundan las riquezas del cantón por todos los medios de comunicación	125	64%
Que la gente se empodere de su ciudad	8	4%
Fomentar ciclopaseos de rutas más fáciles para que acuda la familia	36	18%
Que las autoridades gubernamentales apoyen más el cicloturismo	27	14%
Total	196	100%

Elaboración propia

A esta pregunta el 64%, un total de 125 personas, respondieron que sugieren que se difundan a través de todos los medios de comunicación existentes los atractivos turísticos que tiene este cantón. Seguidamente el 18%, es decir 36 personas indicaron que sugieren que se fomenten los ciclopaseos en rutas más fáciles para que pueda acudir la familia completa y no sólo ciclistas profesionales o aficionados de excelente condición física. El 14% dijo que las autoridades gubernamentales deben apoyar más el cicloturismo y un 4%, ósea 8 personas dijeron que la gente debe empoderarse de su ciudad para que la actividad turística en Junín empiece a despuntar.

Análisis de las encuestas:

Los resultados de esta encuesta que fue aplicada a los competidores que participaron en la Primera Competencia Ciclística llevada a cabo en Junín en noviembre de 2018 llamada “Desafío Junín” evidencian que el deporte, en este

caso el ciclismo es un aliado del desarrollo turístico. La totalidad de quienes respondieron la encuesta afirma que Junín tiene todo el potencial en su entorno geográfico para desarrollar el cicloturismo y están seguras de que este cantón puede desarrollarse turísticamente si fomenta este deporte y lo conjuga con sus paisajes. Todos están dispuestos a aportar con este proceso, la mayoría lo puede hacer difundiendo estas riquezas en otras competencias a las que asisten y por medio de sus redes sociales. Más de la mitad coincide en que se deben difundir estos atractivos por todos los medios de comunicación posibles, que se debe fomentar ciclopaseos con rutas más accesibles a todo público, para que puedan asistir grupos familiares y de amigos con objetivos de recreación y que es importante que las autoridades gubernamentales apoyen al cicloturismo y que su gente a la vez se empodere de su ciudad.

Estos resultados son alentadores porque son criterios de profesionales en ciclismo que recorren muchas rutas de este tipo a lo largo del año, confirman que este territorio se presta para el desarrollo del cicloturismo, que van a regresar con sus familias y sus comentarios demuestran que Junín tiene las características para convertirse en una potencia cicloturística.

3.2.4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA:

Tomando en consideración que los mercados más próximos al cantón Junín son Portoviejo y Bolívar a continuación se lleva a cabo la elaboración de una matriz para la elaboración del perfil competitivo y poder determinar en qué posición se encuentra Junín respecto a sus vecinos más cercanos y qué aspectos deben tomarse en consideración para mejorar, si fuera el caso y descubrir en qué aspectos Junín es más competitivo o igual a los demás. Es importante recalcar que la ruta de ciclopaseos vivenciales no se la compara con otras del mismo tipo para análisis de la competencia porque no se han creado en la provincia de Manabí rutas de este tipo.

Tabla 23: Evaluación del perfil competitivo del cantón Junín y sus competidores directos

Factores claves de éxito	Criterio Ponderado	Cantón Junín		Cantón Bolívar		Cantón Portoviejo	
		Clasif.	Resultado	Clasif.	Resultado	Clasif.	Resultado
Entorno Natural	0,10	4	0,40	4	0,40	3	0,30
Conectividad	0,10	3	0,30	3	0,30	4	0,40
Promoción Turística	0,10	1	0,30	2	0,20	3	0,30
Demanda Turística	0,15	1	0,15	2	0,30	3	0,45
Oferta Turística	0,10	1	0,10	2	0,20	4	0,40
Actividades Recreativas	0,10	2	0,10	3	0,30	4	0,40
Accesibilidad	0,10	4	0,40	3	0,30	3	0,30
Rutas Cicloturísticas	0,15	4	0,60	3	0,45	4	0,60
Seguridad	0,10	4	0,40	4	0,40	3	0,30
Resultado Total Ponderado	1,00		2,15		2,40		2,85

Fuente: Elaboración propia.

En esta matriz únicamente se tomaron en consideración las características de cada uno de los cantones analizados, referente a los que tiene que ver con cicloturismo, clasificadas en una escala máxima de 4 puntos. Los resultados comparativos se resumen en la Tabla 33.

De acuerdo a los resultados obtenidos anteriormente, la principal competencia para cantón Junín en esta modalidad lo constituye el cantón Portoviejo por los resultados de todos los criterios de éxito ponderados, se puede notar que los factores que Junín debe trabajar para ser competitivo turísticamente son el desarrollo de oferta turística y de actividades de recreación y promoción.

3.3 FASE 3: CREACIÓN DEL PRODUCTO

3.3.1 Potencialidades encontradas en el territorio para el cicloturismo:

Una vez socializados los objetivos de este trabajo investigativo con los actores inmersos, se recorrió el área rural con asesoría del grupo de ciclistas de Junín para conocer los lugares que ellos transitan a menudo por afición y recreación; se detecta que son zonas muy atractivas que podrían aportar a la diversificación de la oferta de cicloturismo del cantón y sumarse a la Ruta de Ciclopaseos Vivenciales que se propone crear en esta fase de estudio. Son rutas con diferentes niveles de dificultad y de interés, como las que se muestran en la imagen 25 (cascada Las Lisas), imagen 26 (un tramo de la vía a Andarieles) y en la imagen 27 (balneario del sitio Caña).

Las Rutas reconocidas son: “La Ruta del Desafío Junín”: creada por el mencionado Club de Ciclismo, donde ya efectuó la primera y la mayor competencia ciclística del cantón, congregó la participación de 220 ciclistas del país en su primera edición 2018; el éxito de este evento ha sido un referente de que Junín puede ser una potencia cicloturística nacional y ha motivado la organización de la segunda edición para el mes de noviembre de 2019. La “Ruta de la Zona Seca”, un tramo diferente y árido escogido por jóvenes juninenses amantes del ciclismo, atractivo porque tiene subidas y bajadas que generan mucha adrenalina. “La Ruta de la Finca de Cometierra” que es una ruta que recorre una extensa propiedad privada de mucho valor ecológico, productivo y gran belleza paisajística.

Este es el potencial del cantón para el cicloturismo: rutas perfectamente identificadas, ya descritas, que no se las está aprovechando porque la población y las autoridades excluyen al turismo como una herramienta de desarrollo productivo, que puede generar rentabilidad per cápita en las

comunidades donde existan los recursos, se implementen facilidades y se haga una verdadera gestión turística sostenible. Con los resultados obtenidos en la visita de campo y en la primera fase de la investigación, se evidencia que el territorio de Junín en un 90 % se presta para la práctica del ciclismo.



Imagen 25: Cascada Lisas
Foto: Luis Solari



Imagen 26: Andarieles
Foto: Luis Solari



Imagen 27: Balneario sitio
Foto: Luis Solari

En la Ruta de Ciclopaseos Vivenciales que propone este trabajo como tercera fase de investigación se involucrarían la zona urbana del cantón y la Comunidad La Mocerita, uno de los sectores donde se encuentran las fábricas de los principales productos artesanales que han posicionado al cantón en la mente de los manabitas, es decir el “Currincho” y la “Panela”, el lugar se presta para recorrerlo en bicicleta conjugando recreación, aprendizaje, deporte, aventura y relajación, porque es un tramo que recorre 4 kilómetros fácilmente alcanzados por cualquier persona en buen estado de salud; por lo tanto, en la creación de este producto se integrarán estos recursos turísticos no aprovechados.

La ruta de ciclopaseos vivenciales se la llamará con el nombre de: “Ruta Panela y Pedal, Ciclo Paseo Vivencial”; un circuito que cuenta con cinco estaciones, posteriormente descritas detalladamente.

Las principales actividades realizadas para la creación de este producto son: el estudio técnico de la ruta, la localización y características del destino, la ingeniería del Proyecto, el análisis legal y financiero, diseño de la ruta, que contiene el diseño del circuito con las facilidades y accesos, plan de capacitación a servidores y actores de la ruta, descripción de las alianzas estratégicas beneficiosas para la ruta.

Para crear este producto incluye además un plan comercialización del producto con la debida marca turística, el diseño de paquetes turísticos para el circuito, el respectivo plan de auto sustentabilidad y el de Promoción y distribución del producto turístico creado.

Las estaciones intervinientes en esta ruta fueron visitadas para constatar los lugares de interés turístico con la finalidad de determinar la distancia, tiempo de recorrido en bicicleta y en vehículo; se tomaron fotografías; se realizó también la identificación de la infraestructura, de las facilidades y del equipamientos de cada uno de los recorridos. Se llevó a cabo el diseño de una ruta que tomó en consideración los atractivos de mayor potencialidad anteriormente identificados en la matriz de potencialidades y se elaboró el mapa de la ruta propuesta con apoyo del ingeniero geógrafo Rafael Castro. A continuación, se describen las rutas que forman la potencialidad cicloturística del cantón Junín:

Ruta de la Finca de Cometierra:

Esta ruta se la cataloga como de turismo de aventura, es propiedad de la Familia Mendoza. El recorrido que se realiza es el siguiente: Centro de Junín – Sitio Come Tierra – La Finca– Junín. La finca referida es una propiedad privada de enorme riqueza paisajística, tiene aproximadamente 800 hectáreas de terreno, está rodeada de elevaciones, vegetación y plantas ornamentales, árboles frutales y maderables con superficies empinadas y planas. El dueño de la propiedad ha dado su consentimiento para que se realice la actividad ciclística en este entorno que además cuenta con una laguna artificial y elegantes construcciones arquitectónicas de estilo vernáculo. (ver imágenes 28, 29, 30 y 31)



Imagen 28



Imagen 29



Imagen 30



Imagen 31

Fotos 28,29, 30 y 31: Luis Solari (Club ciclismo Junín)

Ruta del Desafío Junín:

Tiene un recorrido de 50 km. EL Circuito comprende: Colegio Carlos García – Piquigua – Tablada del Algodón – Los Ranchos – Las Palmas – Guayabales – La Pelea – Roncón – Punta en Medio – Dos Bocas – La Florida – El Zapote – Colegio Carlos García. El 11 de noviembre de 2018 el Club de Ciclismo efectuó la primera competencia nacional, como se muestra en el afiche promocional (imagen N° 32), utilizando esta ruta que contó con la participación de ciclistas de todo el país y una acogida inesperada, según se puede constatar en la cobertura del evento de los medios de comunicación y las reacciones en redes sociales de los participantes, ver el anexo N° 7, la acogida que tuvo este recorrido y los resultados de las encuestas demuestran que la geografía del cantón Junín tiene características muy apreciadas para ciclistas experimentados (imágenes 33 y 34) que están convencidos que el ciclismo puede ser el mejor aliado para que en este territorio se empiecen a crear productos que conjuguen a sus atractivos naturales y culturales con este deporte.



Imagen 32: Afiche 1era. Edición

Foto: Luis Solari



Imagen 33: Tablada Algodón

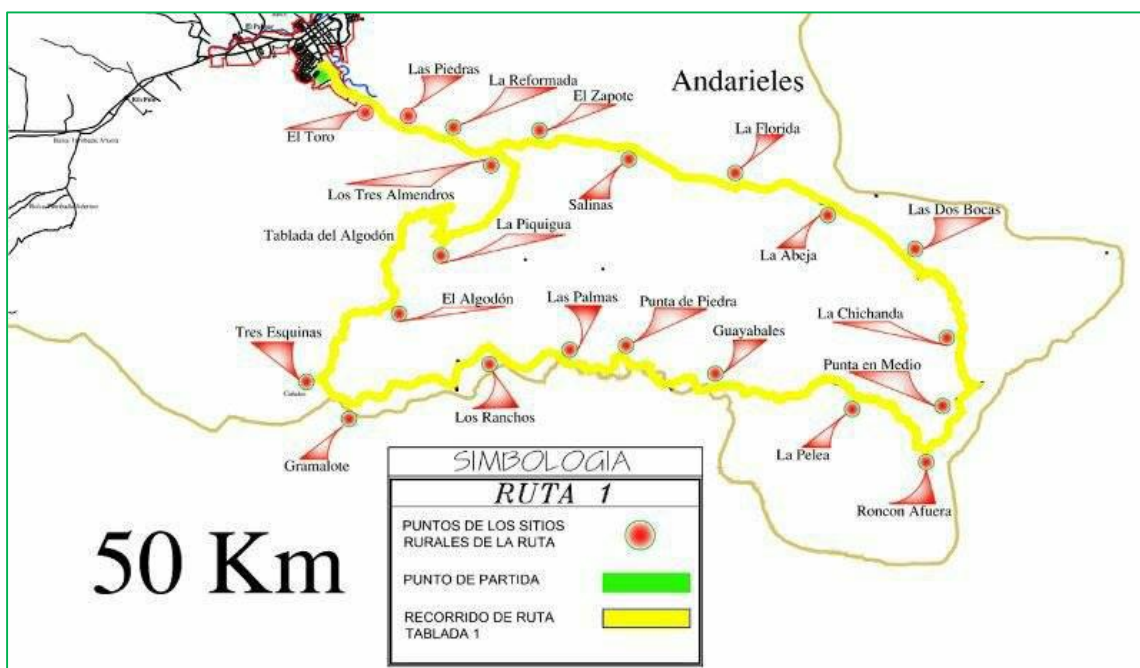
Foto: Luis Solari



Imagen 34: Tramo La Florida

Foto: Luis Solari

Mapa N° 1: Ruta del Desafío Junín, Primera Edición.



Mapa de la Ruta del Desafío Junín, Primera edición 2018

Fuente: Grupo de ciclistas de Junín

Ruta de La Zona Seca:

Esta ruta se puede hacer recorriendo todas las comunidades propuestas o también se la puede lograr por tramos, dependiendo de la habilidad, condición física e intereses del ciclista. El recorrido es el siguiente: Centro de Junín – Pechichal – Las Chavelas – Miramar – El Cerezo – Montañita – Cerezo Adentro – El Ébano – Los Casados – El Guasmo – Cieneguita – La Poza – Las Cañitas – Río Frío – Junín. (Ver imágenes 35 y 36)



Imagen 35: Ruta de la Zona Seca

Foto: Luis Solari



Imagen 36: Ruta de la Zona Seca

Foto: Luis Solari

Tipificación de rutas ciclísticas: Su aplicación arroja resultados sobre el tipo de cicloturismo que se puede realizar en cada una, mediante la ponderación de criterios que se evalúan.

Tabla 24: Tipificación de las rutas ciclísticas:

NOMBRE DE LA RUTA:	PANELA Y PEDAL	DE LA CASA DE CAMPO	DESAFÍO JUNÍN	ZONA SECA
CRITERIOS A EVALUAR:				
Seguridad	2	2	2	2
Paisajismo	3	3	3	3
Transitabilidad	3	3	2	2
Puntos de reagrupamiento	3	3	3	3
Puntos de avituallamiento	3	2	1	1
Facilidades turísticas	3	3	1	1
Acceso a todo público	3	2	1	2
Beneficio a las comunidades	3	3	3	3
TOTAL:	23	21	16	17

Elaboración propia

Ponderación: 1 bajo, 2 medio, 3 alto.

Lectura: de 23 a 24 puntos: óptimo para turismo recreativo y familiar

De 16 a 22 puntos: óptimo para cicloturismo de aventura

De 8 a 15 puntos óptimo para cicloturismo extremo.

Según los resultados logrados en esta matriz, la Ruta de Paseos Vivenciales es óptima para todo público objetivo, en capacidad de mínimo esfuerzo, mientras

que el resto de rutas se enmarcan dentro del ciclismo de aventura que es de mediana dificultad. La ruta de mayor dificultad abarca 50 km que es la del Desafío Junín y las otras dos se pueden hacer por sectores acorde a la resistencia e interés del ciclista sin necesidad de abarcar todo el trazado identificado.

Se espera con este diagnóstico de potencialidades para esta actividad en el cantón Junín, la creación de un producto gestionado de manera sostenible para el desarrollo del turismo y su consecuente beneficio socio económico para la comunidad.

3.3.1 ESTUDIO TÉCNICO DE LA RUTA

En base a los resultados obtenidos en las fases I y II de la investigación, es decir una vez determinada la potencialidad del territorio para el cicloturismo y el perfil de la demanda, se procede a crear la ruta Pedal y Panela, como producto más idóneo para satisfacer la demanda e incluir en él los atractivos más relevantes del cantón Junín.

Localización y Características del destino

La Ruta Panela y Pedal se ubica en el cantón Junín, “La Tierra de los Cañaduzales o la Tierra del Currincho”, concretamente abarca la zona céntrica de la cabecera cantonal hasta la Comunidad La Mocerita, que cubren 4 km de distancia de ida y 4 km de distancia de vuelta.

Para llegar a la entrada de la comunidad La Mocerita, se transita por la vía estatal colectora E384 que conduce a Calceta, carretera en perfecto estado y con demarcación para ciclo vía.

Según el diagnóstico realizado, La Mocerita es una comunidad rodeada de vegetación que cuenta con una vía asfaltada en buen estado, con todos los servicios urbanos, excepto alcantarillado, su clima es tropical y la temperatura promedio anual es de 27 °C. Es una zona donde existe una importante cantidad de productores artesanales, de Aguardiente, panela, alfeñiques, miel de caña y bizcochuelos, actividades en su mayoría heredadas y que ahora son tradicionales y parte de la identidad cultural del juninense.

El tramo del Río Mosca que se ubica en este sector, se mantiene caudaloso durante los meses de invierno (diciembre a mayo) y con menor caudal los siguientes meses, hasta casi secarse de octubre a noviembre.

- **Ingeniería del Proyecto**

- a) Proceso:**

Para la creación del producto Ruta de Ciclopaseos vivenciales se realizó la investigación siguiendo paso a paso las actividades propuestas en la metodología planteada para el logro de cada objetivo. Con la información obtenida se pudieron determinar las potencialidades del cantón Junín para el cicloturismo y también la demanda para el mismo. Una vez analizado el diagnóstico del territorio y las características de los clientes potenciales se establece que la ruta más idónea debería ser de fácil recorrido, con niveles de dificultad bajos, recreativa, que incluya los atractivos turísticos más importantes del cantón, que involucre a la comunidad, que su operación turística sea rentable, que permita aprovechar los recursos sin explotarlos, es decir que la ruta a proponer cumpla con los objetivos de Desarrollo Sostenible y con los principios de la responsabilidad social.

- b) Alcance:**

Los actores que hacen parte del proceso implementación de la ruta, son las instituciones rectoras del turismo nacional, provincial y local, otras instituciones públicas de apoyo, los artesanos de La Comunidad La Mocerita que producen derivados de la caña de azúcar y fabrican bizcochuelos, ambos productos identitarios del cantón Junín, y además los proveedores de servicio de alimentación.

Estos oficios vienen realizándose tradicionalmente de generación en generación y son la fuente de ingreso familiar de muchas familias. Para esta ruta se ha escogido por facilidad en la firma de convenios, trazado, capacitaciones, mesas de trabajo y operatividad turística a una sola fábrica de aguardiente, la mejor implementada en salubridad e instalaciones, y a una fábrica de bizcochuelos, que está ubicada a escasos 100 metros de la fábrica anterior y que facilita el recorrido y

logística al momento de guiar a los turistas. Es importante tener en cuenta que en el sector existen 34 fábricas de aguardiente y 4 de bizcochuelos que operan desde hace más de tres décadas por lo que es posible proyectar que estos recursos se mantendrán en el tiempo y se seguirán adecuando al plan inicial.

c) Documentos necesarios:

La creación de este producto debe sustentarse en la normativa legal vigente que atañe al cicloturismo, a la aprobación de las autoridades de turno y compromiso de apoyo del GAD Local, firma de convenios que garanticen la apertura y predisposición de los actores para atender a los turistas que visiten las fábricas en bicicleta, conformación de alianzas estratégicas, actas de reuniones, banco de datos, protocolos de procesos e informes de resultados de pruebas piloto.

d) Ingeniería básica:

La figura idónea para el funcionamiento de este producto es que el proveedor de esta ruta sea el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Junín, porque está en la capacidad de diseñar e implementar las facilidades turísticas, la flexibilidad de operación turística, el marco legal y especificaciones del producto terminado, sea con recursos propios o mediante articulación interinstitucional.

El GAD Junín entregaría a la ciudadanía un producto turístico sostenible, productivo, que vincularía a las principales actividades generadoras de desarrollo socio económico en el cantón (la agricultura, los productores de caña de azúcar, fabricantes de bizcochuelos), con el turismo. Ésta ruta sería una herramienta de efecto multiplicador, que además estimularía la creación de operadoras turísticas, generaría empleo y mejoraría la proyección turística en la provincia y el país.

Una vez que el GAD Junín haya concluido con la implementación de las facilidades turísticas tangibles e intangibles, como son: Demarcación de la vía, construcción de cabañas de descanso, letrinas ecológicas en las fábricas que forman parte de las estaciones de la ruta, señalética, capacitación a los actores, material promocional, evento de lanzamiento, manual de operación turística, fam y press trips.

Al evento de lanzamiento de la Ruta Panela y Pedal se convocaría a los actores, a la comunidad involucrada, autoridades, agentes y operadores turísticos, con la finalidad de hacer conocer a la ciudadanía esta nueva herramienta de trabajo que estimularía a los emprendedores turísticos a operarla, aportaría a la buena gobernanza y dinamizaría la economía de los involucrados. El GAD Junín realizaría toda la gestión de ingeniería, utilizando el personal y unidades de recursos para la ejecución y la supervisión de estudios, construcciones y Mantenimiento que se requieran.

- **Análisis legal**

Para la creación de este producto turístico se deberá tener en cuenta la siguiente legislación:

Ley orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial

De los Servicios Conexos de Transporte Terrestre

Art. 63.- Los terminales terrestres, estaciones de trolebús, metro vías y similares, paraderos de transporte en general, áreas de parqueo en aeropuertos, puertos, mercados, plazas, parques, centros educativos de todo nivel y en los de los de las instituciones públicas en general, dispondrán de un espacio y estructura para el parqueo, accesibilidad y conectividad de bicicletas, con las seguridades mínimas para su conservación y mantenimiento (Asamblea Nacional, 2014).

Sección 3

De los ciclistas y sus derechos

Art. 204.- Los ciclistas tendrán los siguientes derechos:

- a) Transitar por todas las vías públicas del país, con respeto y seguridad, excepto en aquellos en la que la infraestructura actual ponga en riesgo su seguridad, como túneles y pasos a desnivel sin carril para ciclistas, en los que se deberá adecuar espacios para hacerlo;*
- b) Disponer de vías de circulación privilegiada dentro de las ciudades y en las carreteras, como ciclo vías y espacios similares;*

- c) *Disponer de espacios gratuitos y libres de obstáculos, con las adecuaciones correspondiente, para el parqueo de las bicicletas en los terminales terrestres, estaciones de trolebús, metrovía y similares;*
- d) *Derecho preferente de vía o circulación en los desvíos de avenidas y carreteras, cruce de caminos, intersecciones no señalizadas y ciclovías;*
- e) *A transportar sus bicicletas en los vehículos de transporte público cantonal e interprovincial, sin ningún costo adicional. Para facilitar este derecho, y sin perjuicio de su cumplimiento incondicional, los transportistas dotarán a sus unidades de estructuras portabicicletas en sus partes anterior y superior; y,*
- f) *Derecho a tener días de circulación preferente de las bicicletas en el área urbana, con determinación de recorridos, favoreciéndose e impulsándose el desarrollo de ciclopaseos ciudadanos (Asamblea Nacional, 2014).*

CAPÍTULO III

De las Vías

Art. 209.- Toda vía a ser construida, rehabilitada o mantenida deberá contar en los proyectos con un estudio técnico de seguridad y señalización vial, previamente al inicio de las obras.

Los municipios, consejos provinciales y Ministerio de Obras Públicas, deberán exigir como requisito obligatorio en todo nuevo proyecto de construcción de vías de circulación vehicular, la incorporación de senderos asfaltados o de hormigón para el uso de bicicletas con una anchura que no deberá ser inferior a los dos metros por cada vía unidireccional.

Las entidades municipales deberán hacer estudios para incorporar en el casco urbano vías nuevas de circulación y lugares destinados para estacionamiento de bicicletas para facilitar la masificación de este medio de transporte (Asamblea Nacional, 2014).

REGLAMENTO A LA LEY DE TRASPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL

TÍTULO IV

De la Infraestructura Vial

Art. 103.- Los GADs, en su respectiva jurisdicción, deberán realizar estudios de factibilidad, previo a la incorporación de carriles exclusivos de bicicletas o ciclo vías (Asamblea Nacional, 2012).

Art. 105.- Los GADs deberán exigir en proyectos de edificaciones y áreas de acceso público, zonas exteriores destinadas para circulación y parqueo de bicicletas, dando la correspondiente facilidad a las personas que utilizan este tipo de transportación en viajes pendulares (Asamblea Nacional, 2012).

Art. 106.- Los GADs deberán exigir a las entidades públicas que cuenten con áreas de estacionamientos para bicicletas y áreas de aseo para sus usuarios (Asamblea Nacional, 2012).

Art. 107.- Los GADs metropolitanos y municipales incentivarán la realización de ciclo vías recreativas (ciclo paseos), en los que se destinarán vías para la circulación exclusiva de bicicletas (Asamblea Nacional, 2012).

CAPÍTULO V

De los Usuarios y Usuarías del Transporte Público de Pasajeros

Art. 291.- Sin perjuicio de los derechos establecidos en el Art. 201 de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, los usuarios del servicio de transporte público de pasajeros tienen derecho a:

NUMERAL 6. Exigir del operador transportar sus bicicletas en las unidades de transporte público intracantonal, intraprovincial, intrarregional, interprovincial e internacional, sin ningún costo adicional, para lo cual las unidades deberán estar dotadas de estructuras portabicicletas (Asamblea Nacional, 2012).

CAPÍTULO X

De los Ciclistas y sus Derechos

Art. 302.- Sin perjuicio de los derechos establecidos en el artículo. 204 de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, los ciclistas tendrán además los siguientes derechos:

1. *A ser atendidos inmediatamente por los agentes de tránsito sobre sus denuncias por la obstaculización a su circulación por parte de los vehículos automotores y el irrespeto a sus derechos de preferencia de vía y transportación pública;*
2. *Tener preferencia de vía respecto a los vehículos a motor cuando habiéndoles correspondido el paso de acuerdo con la luz;*
3. *Circular, en caso de que existan, por las sendas especiales destinadas al uso de bicicletas, como ciclo vías. En caso contrario, lo harán por las mismas vías por las que circula el resto de los vehículos, teniendo la precaución de hacerlo en sentido de la vía, por la derecha, y acercándose lo más posible al borde de la vereda; (Asamblea Nacional, 2012).*

LEY DE TURISMO DEL ECUADOR

Para la creación de este producto habrá de tenerse en consideración los siguientes artículos:

CAPÍTULO I

Generalidades

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios (Ministerio de Turismo, 2008).

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

- a) *Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;*
- b) *Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;*
- c) *Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;*
- d) *Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;*

- e) *Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;*
- f) *Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,*
- g) *Fomentar e incentivar el turismo interno (Ministerio de Turismo, 2008).*

CAPÍTULO II

De las Actividades Turísticas y de quienes las Ejercen

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

LITERALES: c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones (Ministerio de Turismo, 2008).

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas (Ministerio de Turismo, 2008).

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes (Ministerio de Turismo, 2008).

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda (Ministerio de Turismo, 2008).

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los

establecimientos turísticos, *Licencia única Anual de Funcionamiento*; lo que les permitirá:

- a. *Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;*
- b. *Dar publicidad a su categoría;*
- c. *Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;*
- d. *Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y, de. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas (Ministerio de Turismo, 2008).*

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos (Ministerio de Turismo, 2008).

CAPÍTULO IV

Del Ministerio de Turismo

Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. *Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;*
2. *Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;*
3. *Planificar la actividad turística del país (Ministerio de Turismo, 2008).*

- **Análisis de costos aproximados de implementación de la ruta**

Se prevé que una vez creadas todas las condiciones para la implementación de la ruta, ésta se la lleve a cabo al término de seis meses.

Tabla 25: Costo total de la implementación de la ruta Panela y Pedal en el cantón Junín

COSTO TOTAL DE IMPLEMENTACIÓN	
DETALLE	TOTAL
➤ Técnico del proyecto	7.800
➤ Estacionamiento bicicletas	8.000
➤ Letrinas ecológicas Tachos de Basura	5.000
➤ Cabaña de Descanso	10.000
➤ Información Ciclística	3.000
➤ Abastecedor de agua	2.500
➤ Promoción	8.000
➤ Capacitaciones	3.500
➤ Señalética	15.000
TOTAL US\$	64.000

Fuente: Elaboración propia

3.3.2 DISEÑO DE LA RUTA

A continuación se exponen los procesos seguidos para el diseño de la ruta Panela y Pedal:

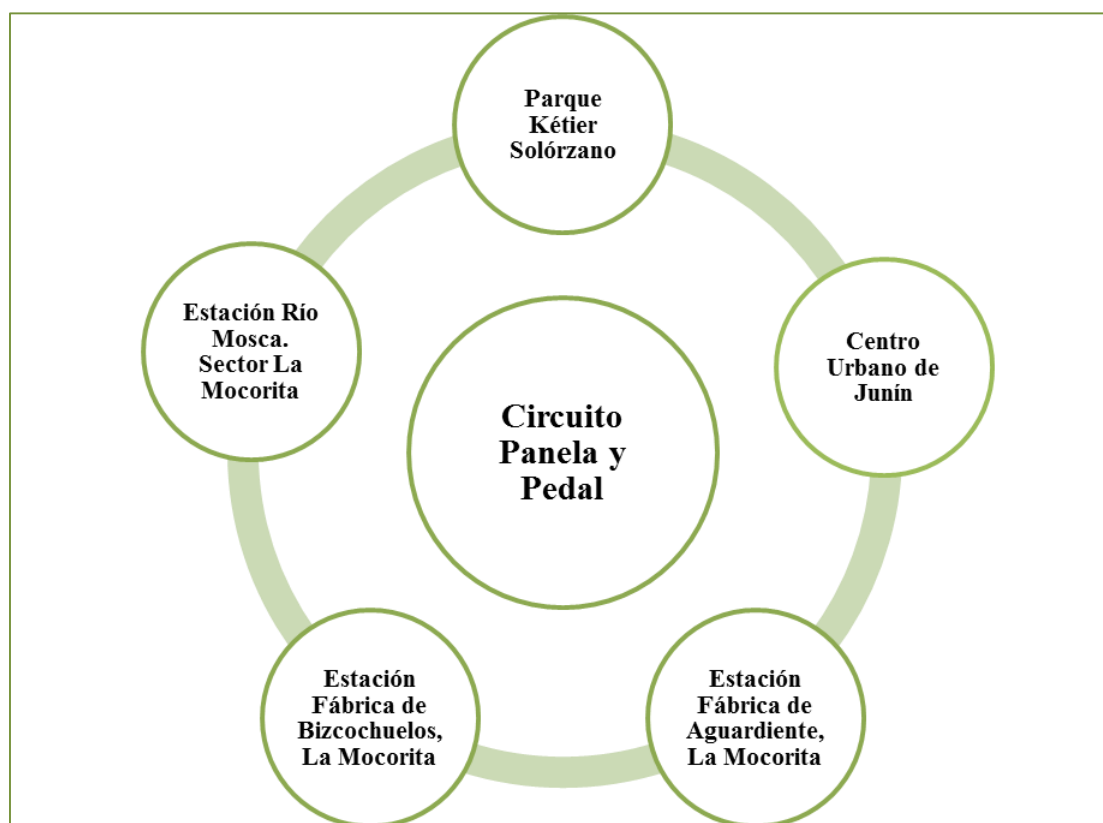
- **Diseño del circuito**

El Circuito Turístico de la ruta Panela y Pedal será un recorrido apto para turistas locales, nacionales o internacionales, que tendrá como punto de partida la zona urbana de Junín, se dirige hacia la Comunidad La Mocerita y regresa hacia el centro del cantón, es decir su punto de llegada es el mismo de salida.

Las estaciones que forman parte de este producto son: Parque Kétier Solórzano de Junín, centro de la ciudad, fábrica de aguardiente de la familia Alcívar en el sitio La Mocerita, Fábrica de bizcochuelos de La Mocerita, Río Mosca en el sector de La Mocerita y retorno al Parque Kétier Solórzano.

Figura 2: Diagrama del Recorrido (circuito)

El diagrama siguiente grafica las estaciones que tendrán la ruta Panela y Pedal durante el recorrido:



Elaboración propia

Descripción de los atractivos de la ruta de ciclopaseos vivenciales (Panela y Pedal):

Tabla 26: Descripción de los atractivos en la ruta cicloturística

Atractivos	Descripción	Servicios Turísticos
Parque Ketier Solórzano	El parque central que lleva por nombre Kétier Solórzano Jaramillo, ubicado en la calle Eloy Alfaro, entre Avenida J.M. García, Bolívar y Avenida Vicente Mendoza, frente a la Iglesia Católica Nuestra Señora de Lourdes	Cancha de césped sintético, juegos infantiles, pista de acrobacias en patines y bicicleta, área para ejercitarse, áreas de descanso

Centro zona urbana del cantón Junín	Está conformada por las Avenidas: 8 de Noviembre, 10 de Agosto, Coronel García, Sucre, Vicente Mendoza y Eloy Alfaro	La zona céntrica del cantón Junín cuenta con calles asfaltadas y todos los servicios de infraestructura. Un mercado que ofrece productos agrícolas de la zona, abarrotes, comida y una feria popular los días domingo donde los campesinos sacan a vender el producto fresco de sus cosechas.
Fábrica de aguardiente (Currincho)	La fábrica de bizcochuelos que forma una de las estaciones de esta ruta, pertenece a la familia Alcívar de La Mocerita, es una de las más grandes y mejor implementadas de la zona	Cuenta con un área amplia para estacionamiento de bicicletas, tiene baños para hombres y mujeres, sus maquinarias son de acero inoxidable y cumple con los estándares de calidad requeridos para su funcionamiento
Fábrica de Bizcochuelos	La fábrica de bizcochuelos que será parte de este producto turístico, está ubicada muy cerca de la fábrica de aguardiente, a sólo 100 metros de distancia, pertenece a la familia Intriago quienes además están en la capacidad de proveer de alimentos y bebidas, cuando los visitantes lo requieren	El atractivo más notorio de esta fábrica, además del producto que elaboran, son sus equipos de trabajo artesanales y el horno ancestral en que de generación en generación se han venido horneando los bizcochuelos.
Río Mosca	Serpenteando la zona de Mocerita pasa el río Mosca que sigue su	Sus aguas aún se mantienen sin contaminación, es una

cauce hacia el cantón Bolívar, afortunadamente es un tramo que está muy cercano tanto de la fábrica de aguardiente como de la de bizcochuelos, facilitando la recreación de quienes realizan el circuito en bicicleta.

zona poco explotada, de vegetación en estado natural, de aguas tibias y su cauce abundante en invierno y escaso, casi seco en los últimos meses del verano.

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación

- **Facilidades y accesos:**

- La primera estación del circuito, es decir el Parque Kétier Solórzano, cuenta con calles pavimentadas, comprende un área de fácil circulación y brinda seguridad a los ciclistas por el escaso tráfico en la ciudad.
- Centro del cantón Junín calles totalmente pavimentadas, con todos los servicios básicos.
- Carretera a las comunidades Agua Fria y La Mocerita, totalmente pavimentadas, con demarcación de ciclo vía, como se puede apreciar en la imagen N° 37 que continúa.



Imagen 37: Vía Junín – Calceta

Foto: Luis Solari

- Camino de entrada a la Comunidad La Mocerita pavimentado vía de dos carriles para ida y regreso, de muy bajo tráfico.
- Fábrica de aguardiente de la familia Alcívar tiene amplio terreno para parqueo de bicicletas, baño e instalaciones construidas en un terreno grande que facilita el tránsito de observadores de los procesos de elaboración del aguardiente.
- Fábrica de Bizcochuelos de Estairon Intriago (“Aguinaga”) no cuenta con baños, pero si espacio suficiente para observadores; está a 100 metros de distancia de la Fábrica de aguardiente.
- Río Mosca: Tramo rodeado de vegetación, caudaloso en invierno con agua ligeramente turbia y bajo caudal cristalino en verano. Apto para bañistas en ambas estaciones.
- La Comunidad cuenta con agua potable, luz eléctrica y telefonía.

A pesar de que las vías de acceso a los diferentes atractivos son pavimentadas, en buen estado y permiten acceder a ellos sin dificultad. Sin embargo para la estructuración del producto y comodidad del visitante se requiere la intervención del estado con obras que faciliten la operación turística y provean seguridad a los turistas.

Se requiere una mejor demarcación técnica de la ciclovía y semáforos para ciclistas en la carretera que va a Calceta; alumbrado público en buen estado; construcción de un estacionamiento (racks) de bicicletas en todas las estaciones del circuito; baños ecológicos en todas las paradas o estaciones, construcción de una cabaña de descanso, puesto de información al ciclista, abastecedores de agua, señalética turística, promoción y capacitaciones.

- **Plan de Capacitación a servidores y actores:**

En el mes de agosto del 2018 se realizó la socialización del producto a los principales actores (propietarios del trapiche, propietarios de la fábrica de bizcochuelos, personal de la Dirección de Turismo del GAD Junín, líderes comunitarios de Agua Fría, La Mocerita, propietarios de negocios de restauración y de alojamiento, la Directiva del club de ciclismo de Junín y el grupo difusor en redes sociales de los atractivos de Junín), de la creación de la

Ruta de Ciclopaseos Vivenciales para el desarrollo del turismo en el cantón y uno de los acuerdos de esta mesa de trabajo fue emitir una solicitud a la Dirección de Capacitación del Ministerio de Turismo, para que técnicos de la institución realicen la instrucción vía On line o presencial de los temas inmediatos a impartir, que según investigación realizada en la Coordinación Zonal 4 de este ministerio, podrían ser dictados a los establecimientos considerados con categoría de turísticos o a quienes certifiquen desenvolverse en el área turística. Los cursos a los que se puede acceder previa formalización con los posibles responsables y beneficiarios son:

Tabla 27: Plan de capacitación a involucrados:

Nombre del Curso	Beneficiario	Duración	Modalidad	Responsable
Hospitalidad	Todos los actores	20 horas	On line	MINTUR
Administrador de empresas de restaurante	Todos los establecimientos que califiquen como turísticos	20 horas	On line	MINTUR
Camareros de pisos	Personal de hostales	20 horas	On line	MINTUR
Recepcionista Polivalente	Personal de hostales	20 horas	On line	MINTUR
Agente de Ventas	Todos los actores	20 horas	On line	MINTUR
Atención al turista con discapacidad	Todos los actores	20 horas	On line	MINTUR
Operación turística	Todos los actores	20 horas	On line	MINTUR
Animación Turística	Todos los actores	20 horas	Presencial	GAD JUNÍN
Técnicas de Guianza.	Todos los actores	20 horas	Presencial	GAD JUNÍN

Elaboración propia con datos de la investigación.

- **Alianzas estratégicas**

Uno de los aspectos importantes de la creación de este producto es la incorporación de las familias de la zona y de las comunidades cercanas a la

operación turística de este circuito. A todas ellas, se les organiza con una visión empresarial para que participen activamente en alianza estratégica en la prestación de servicios turísticos, para que se dediquen a desarrollar las diferentes actividades y protocolos de la puesta en operatividad de la ruta y se potencien los recursos con identidad local.

Se busca que los miembros de las estaciones que forman parte de la Ruta Panela y Pedal participen en alianza estratégica colaborando de forma tangible o intangible entre sí, para aprovechar oportunidades de negocios, captar turistas con menores costos, obtener una mejor relación calidad-producto, atraer a la demanda o entregar servicios más eficaces.

Así mismo los actores de la ruta deben comprometer su predisposición por escrito con la entidad pública de apoyo, sea Gobierno Autónomo Descentralizado de Junín o Gobierno Provincial de Manabí, del manejo sostenible de los recursos y de prestar los servicios que requieren los turistas que visiten la ruta, esto es: demostración de procesos de elaboración de aguardiente, de los derivados de la caña de azúcar y de la fabricación de bizcochuelos, principalmente. A su vez las entidades públicas deberán fortalecer a los actores, fomentar la productividad e impulsar la comercialización del producto de acuerdo a sus competencias.

Además construir e implementar las facilidades turísticas que la zona requiere, para brindar al visitante un producto turístico completo y funcional.

Con estos antecedentes, se propone la firma de convenios entre las siguientes partes:

Tabla 28: Alianzas estratégicas:

Actor turístico	Posibles aliados estratégicos
Representante de la Fábrica de Aguardiente Alcívar, de La Mocerita	GAD Junín, Gobierno Provincial de Manabí, MINTUR, Policía Nacional, Agencia Nacional de Tránsito (ANT), Cruz Roja, Ministerio de Salud, Ministerio del Ambiente, Operadoras turísticas, Hostales de Junín,

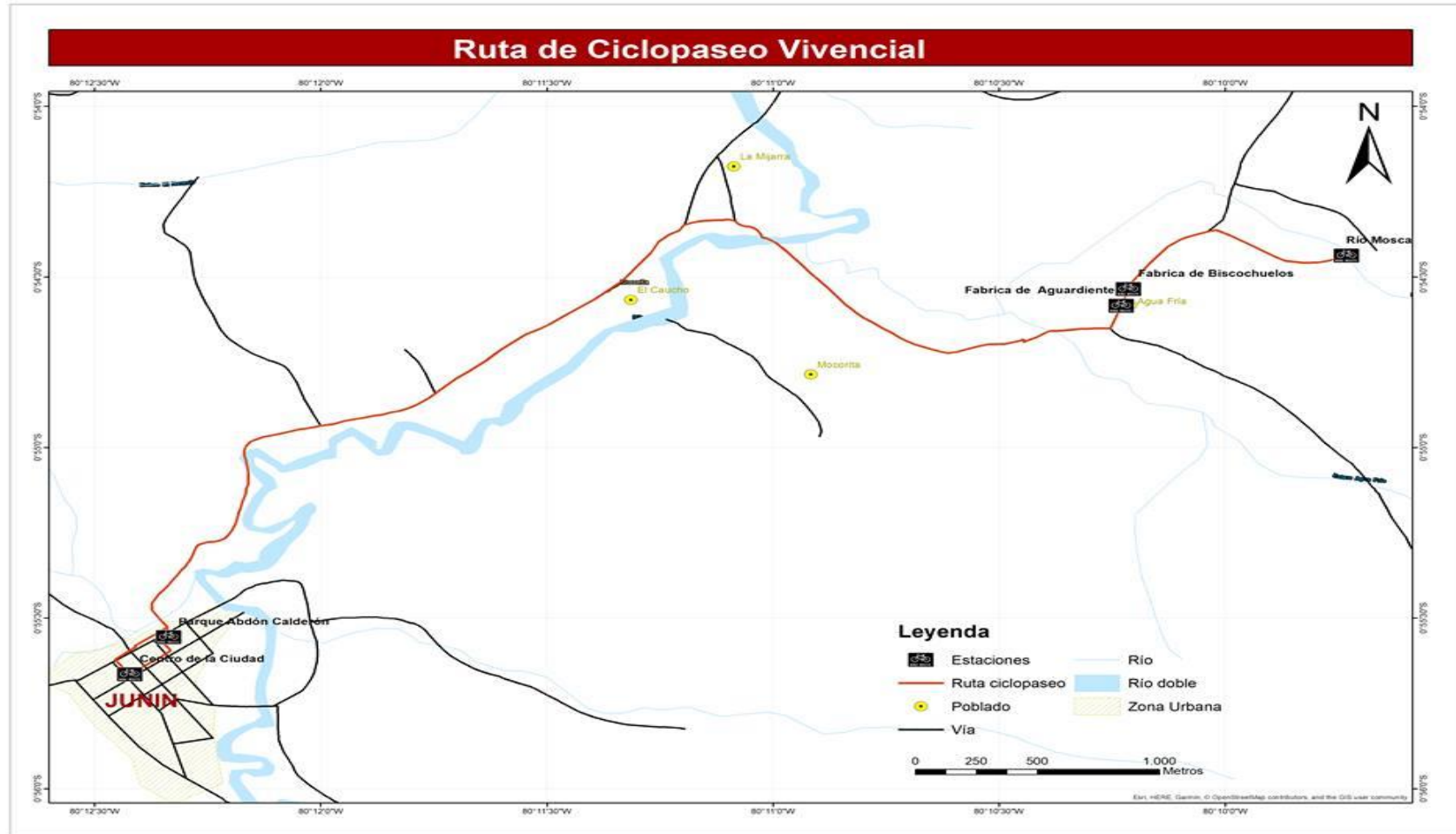
<p>Representante de la Fábrica de Bizcochuelos Aguinaga, de La Mocorita.</p>	<p>Cooperativas de transporte, Proveedores de servicios gastronómicos, Artesanos, Propietarios de la fábrica de bizcochuelos.</p> <hr/> <p>GAD Junín, Gobierno Provincial de Manabí, MINTUR, Policía Nacional, Agencia Nacional de Tránsito (ANT), Cruz Roja, Ministerio de Salud, Ministerio del Ambiente, Operadoras turísticas, Hostales de Junín, Cooperativas de transporte, Proveedores de servicios gastronómicos, Artesanos, Propietarios de la fábrica de Aguardiente Alcívar.</p>
---	---

Elaboración propia con datos de la investigación.

Operación turística de la ruta.

Se ha elaborado un mapa gráfico para la ruta propuesta fundamentado en la jerarquía de atractivos turísticos emblemáticos de Junín, estaciones identificadas, servicios y actividades ofrecidas y la accesibilidad hacia cada uno de ellos. El mapa N°2 contiene el trazado de la ruta Panela y Pedal que se propone como producto de esta investigación:

Mapa N° 2: Ruta de Ciclopaseos Vivenciales: Panela y Pedal.



Elaborado por: Ing. Rafael Castro Macías (Empresa Consul Geo – Quito)

Estaciones del Circuito Turístico de la Ruta Panela y Pedal en imágenes:

A continuación imágenes de los lugares que conforman las estaciones de la ruta “Panela y Pedal, paseo vivencial” que permiten abstraer de mejor manera los elementos involucrados en la creación de este producto.

Primera Estación, imagen 38: *Parque Kétier Solórzano y Centro urbano de Junín*



Imagen 38: Parque Kétier Solórzano y centro urbano Junín

Foto: El Diario Ecuador

Segunda estación, imagen 39: *Trapiche Familia Alcívar en sitio La Mocerita*



Imagen 39: Trapiche Familia Alcívar.

Foto: Lucía Intriago

Tercera Estación, imagen 40: *Fábrica de bizcochuelos de Estairon Intriago. Sitio La Mocerita – Junín*



Imagen 40: Fábrica de bizcochuelos tostados

Foto: Gary Vera

Cuarta Estación, imagen 41: *Río Mosca*



Imagen 41: Río Mosca en verano, sector La Mocerita

Foto: Lucía Intriago

Itinerario de la ruta Panela y Pedal:

El recorrido y las actividades que contempla este producto, se detallan en la tabla N° 39, de la siguiente manera:

Tabla 29: Itinerario de la Ruta de Ciclopaseos Vivenciales (Panela y Pedal)

Horas	Actividades
7H00:	Concentración Parque Kétier Solórzano, Junín
7H15:	Recorrido por el centro urbano Junín (calentamiento)
7H30:	Refrigerio liviano (jugo de frutas de la zona)
7H45:	Salida hacia el sitio La Mocerita
8H45:	Parada de observación de cañadulzales (fotografías)
9H00:	Llegada al Sitio La Mocerita
10H30:	Visita al Trapiche de la familia Alcívar La Mocerita.
11H00:	Visita a la fábrica de bizcochuelos en La Mocerita
12H00	Baño en el río Mosca, sector La Mocerita.
12H30:	Almuerzo típico en el río.
13H00	Retorno a estación Parque Kétier Solórzano, Junín.

Elaboración propia.

3.3.3 PLAN COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Marca Turística

Con la finalidad de competir para atraer y fidelizar al mayor número de visitantes posibles, se crea la marca de la ruta “Panela y Pedal” fuerte y positiva para que constituya una ventaja competitiva clave a la hora de lograr un mayor y mejor recuerdo en la gente de manera que la sitúe sobre las demás. Se refiere al conjunto del destino en su totalidad y apuesta claramente por una imagen propia, que la diferencia y la destaca en el mercado.

El “logotipo”, que es un elemento visual hace que los visitantes identifiquen el destino y lo diferencien de los demás. El logotipo pretende poner en marcha las acciones de comunicación del producto. Se ha pensado que el slogan sea:

“Pedalear es vivir”, para que su promesa y desempeño le otorgue mayor notoriedad.

Figura 3: Imagen gráfica del producto



Elaboración propia

Slogan:

“Pedalear es vivir”

DESCRIPCIÓN DE LOS ELEMENTOS DE LA MARCA

El logotipo:

Panela: grafica mentalmente uno de los elementos distintivos del cantón.

Pedal: hace alusión a la parte de la bicicleta que mejor describe la actividad que se va a realizar.

Ciclopaseo vivencial: especifica que la vivencia va a ser en bicicleta, se la utiliza porque además rima con la palabra Pedal.

El Isotipo:

La imagen de la rueda se utiliza porque representa a la bicicleta y también a uno de los elementos del producto a vivenciar que es el trapiche. Las montañas simbolizan los paisajes juninenses; y, la caña, representa el producto identitario principal del cantón: la caña de azúcar y sus derivados. Los colores rojo, amarillo y verde, se han utilizado porque son los colores de la bandera de Junín. Al integrar elementos como: la rueda, las montañas, la caña de azúcar y los colores verde, rojo y amarillo, el consumidor podrá abstraer con una sola mirada el tipo de producto que se oferta.

Valor agregado o promesa:

El Valor agregado que brinda este producto es la experiencia y la interacción que tendrán quienes realicen este ciclo paseo, sumado a esto conocer y vivenciar un oficio que es parte de la identidad cultural de un pueblo, al mismo tiempo disfrutar la belleza paisajística del lugar y el valor emocional que otorga la satisfacción del esfuerzo realizado, el deleite de los sabores disfrutados, la integración social, el aporte a la economía cantonal, los conocimientos adquiridos y la correlación hombre - naturaleza.

Paquetes turísticos

La Ruta tiene carácter de recreativo y es accesible a distintos segmentos de mercado por su baja ponderación en cuanto a nivel de dificultad. La segmentación incluye a personas solteras, parejas, adolescentes, servidores públicos y privados, estudiantes, docentes, familias y gestores culturales.

Las actividades incluyen el deporte, la demostración del proceso de elaboración ancestral de productos derivados de la caña de azúcar, sobre todo del Currincho de Junín, famoso en toda la provincia y el país; convivencia con el quehacer del pueblo, disfrute del río y del entorno, deleite de los sabores de las frutas y la comida a base de productos locales.

Los lugares a visitar son:

- **Centro urbano de Junín:** Casas patrimoniales, históricas, representativas e importantes; parque Ketier Solórzano, Plaza Cívica, Iglesia, mercado tradicional y calles céntricas.
- Kioskos de venta de Currincho, panela, alfeñiques, miel de caña y bizcochuelos tostados, ubicados en la vía Junín - Calceta.
- **Comunidad La Mocerita,** cañadulzales, fábricas de aguardiente y panela.
- **Fábrica de bizcochuelo tostados,** elaborados en hornos artesanales y ancestrales.
- **Río Mosca:** Baño en las aguas tibias y limpias.

Tabla 30: Costos de Paquetes Turísticos con Transporte Incluido:

Costo Paquete Turístico para 40 Pax	
Transporte regreso de La Mocerita a Junín.	1,88
Alimentación	5,00
Guianza	2,50
Entradas	2,00
Alquiler de bicicletas	4,00
Subtotal	15,38
Imprevistos 5%	0,77
Costo por Pax	15,38
Utilidad 30%	4,61
PVP US\$:	19,99
Costo Paquete Turístico para 20 Pax	
Transporte regreso de La Mocerita a Junín.	2,50
Alimentación	5,00
Guianza	2,50
Entradas	2,00
Alquiler de bicicletas	4,00
Subtotal	16,00
Imprevistos 5%	0,80
Costo por Pax	16,00
Utilidad 30%	4,80
PVP US\$:	20,80

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31: Costos de Paquetes Turísticos sin Incluir Transporte:

Costo Paquete Turístico para 40 Pax:	
Transporte	-
Alimentación	5,00
Guianza	2,50
Entradas	2,00
Alquiler de bicicletas	4,00
Subtotal	13,50
Imprevistos 5%	0,68
Costo por Pax	13,50
Utilidad 30%	4,05
PVP US\$:	17,55
Costo Paquete Turístico para 20 Pax:	
Transporte	-
Alimentación	5,00
Guianza	2,50

Entradas	2,00
Alquiler de bicicletas	4,00
Subtotal	13,50
Imprevistos 5%	0,68
Costo por Pax	13,50
Utilidad 30%	4,05
PVP US\$:	17,55

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32: Costos de Paquetes Turísticos sin Incluir Transporte ni Alquiler de Bicicleta:

Costo Paquete Turístico para 40 Pax	
Transporte	-
Alimentación	5,00
Guianza	2,50
Entradas	2,00
Alquiler de bicicletas	
Subtotal	9,50
Imprevistos 5%	0,48
Costo por Pax	9,50
Utilidad 30%	2,85
PVP	12,35
Costo Paquete Turístico para 20 Pax	
Transporte	-
Alimentación	5,00
Guianza	2,50
Entradas	2,00
Alquiler de bicicletas	-
Subtotal	9,50
Imprevistos 5%	0,48
Costo por Pax	9,50
Utilidad 30%	2,85
PVP	12,35

Fuente: Elaboración propia

El circuito en bicicleta incluirá:

- Excelentes y nuevas bicicletas de diferentes estilos y modelos con cambios para hacer del recorrido más cómodo (Mountain Bike, Bicicleta playera, bicicleta plegable, para niños y adultos). Opcional
- Guía Local (Inglés – Español)

- Equipo (Casco, Bandas refractivas para las piernas, candado, chaqueta impermeable en caso de lluvia). Opcional
- Nuevas experiencias y diversión garantizada
- Experiencia gastronómica o Snacks.
- Precio del circuito en bicicleta por Pax: Desde US\$ 12 (Doce Dólares)

3.3.4 PLAN DE AUTO SUSTENTABILIDAD

Manejo de Relaciones con los clientes:

Captación de los clientes

Esta ruta deberá ser operada por una empresa turística de preferencia comunitaria y que además tenga sede online para facilitar los procesos de compra y la comunicación con el turista, además es una manera de reducir costos en comisiones e intermediación; Será la encargada de la creación, promoción y comercialización de los paquetes turísticos temáticos.

Para captar la atención de la demanda y diversificar la oferta, cada mes se promociona un paquete turístico para un público objetivo distinto, pudiendo ser enero para la familia, febrero estudiantes, marzo solteros, abril adolescentes, mayo educadores, junio empleados públicos, julio personal de entidades financieras, agosto estudiantes de turismo, septiembre quinceañeras, octubre ciclistas, noviembre gestores culturales y diciembre parejas. Estas temáticas son re acomodables según las necesidades de los clientes.

Relaciones pre y post venta:

El equipo de mercadeo deberá identificar el paquete a ofertar y capacitar al equipo de comercialización, quiénes localizan a los clientes mediante visitas personales al grupo objetivo, con el respectivo material promocional del producto siguiendo los pasos de la venta hasta llegar al cierre y proceder al cobro.

Los clientes online comprarán por internet o llegarán a la oficina para concretar la compra, reciben la carpeta del producto con información impresa, precios, itinerarios, nivel de dificultad de la ruta, fotografías, mapa de la ruta.

Un día antes del recorrido se deberá confirmar por cualquier medio de comunicación reconocido y el día del paseo se los reúne para salir en grupo luego de la bienvenida con un jugo de frutas de la zona, se deben impartir en breve charla las políticas, reglas y las debidas recomendaciones.

Registro de clientes y fidelización:

Se llevará una base de datos digitalizada con toda la información de los clientes, identificando el segmento al que pertenecen para mantener la comunicación con ellos y hacerlos parte activa de la empresa turística, haciéndoles invitaciones a viajes de familiarización de nuevos productos, enviándoles periódicamente mensajes personalizados, felicitándoles por onomásticos, manteniéndoles al tanto de nuevas actividades y promociones.

Características del producto

Circuito:	Junín – La Mocerita– Junín.
Distancia total:	8 Km ida y vuelta
Dificultad:	Media baja
Duración aproximada del paseo:	5 horas

Actividades Complementarias

- Compra de bizcochuelos en la vía
- Catación y compra de panela, alfeñiques, miel de cana, guarapo y Curincho.
- Compra de artesanías alimentarias
- Fotografías.
- Hidratación con bebida de panela.
- Compra de agro productos de la zona

La Diferenciación:

En esta ruta el visitante podrá conocer Junín a pedal, recorrer sus calles, visitar su verde área rural, comprar artesanías alimentarias como los famosos bizcochuelos tostados hechos en horno de leña, salprietra, maní quebrado, queso manabita, mantequilla blanca, natilla, dulces; podrán catar productos artesanales y conocer el proceso artesanal ancestral de la molienda de la caña de azúcar y la obtención de productos derivados, bañarse en el río y experimentar la gastronomía manabita.

Esta ruta es única en la provincia y tiene itinerarios para doce tipos de público objetivo perfectamente identificados para trabajarlos constantemente.

La Innovación:

Esta Ruta es única en la provincia de Manabí, ha sido potenciada con convenios entre productores de aguardiente comprometidos a compartir sus saberes con los turistas, cuyos trapiches han sido implementados con baterías sanitarias y cabañas de descanso con hamacas y se ha capacitado a los actores para recibir visitantes de todo tipo. El GAD Local aporta con la implementación de las facilidades turísticas. Se tiene muy en cuenta la seguridad, proveer servicios de internet, acompañamiento logístico para todos y la formación de guías locales para su operación. Se trabaja en una segmentación temática del mercado que le da gran flexibilidad y atractividad al producto.

Panela y Pedal tiene un trazado de ida y vuelta de 8 km, una distancia pensada para que el turista disfrute del deporte y la recreación a la vez. Está diseñada especialmente para grupos de familias en busca de recreación, estudiantes en busca de conocimientos, ciclistas que buscan nuevas rutas y personas que disfrutan del ciclismo y les gusta vivenciar la cultura local en conjunción con la naturaleza. Un producto turístico a disposición de los empresarios turísticos que tengan interés en su operación.

Necesidades que satisface:

Mediante la herramienta creada por Abraham Maslow (1943) se identifica que la ruta de ciclo paseos vivenciales Panela y Pedal, satisface necesidades de alimentación, de salud física, necesidades sociales como la amistad, aceptación social y participación.

El ser humano por naturaleza siente la necesidad de relacionarse, de ser parte de una comunidad y de agruparse.

Además de las tres anteriores este producto satisface la necesidad de estimación porque aprender los saberes intelectuales que giran alrededor de la caña de azúcar marca una diferenciación cultural, ya que según Maslow la estima “conciene a la necesidad del respeto a uno mismo, e incluye sentimientos tales como la confianza, la independencia, el reconocimiento, la reputación, el estatus, la fama o la libertad”.

Por último satisface necesidades psicológicas como la motivación, necesidad de ser y autorrealización puesto que la caña de azúcar, sus derivados y proceso laboral se pueden identificar como bienes locales o de identidad debido a que el consumidor otorga a estos productos un valor emocional como producto propio o producto "de la tierra".

PLAN DE MARKETING

Misión:

Es una operadora turística especializada en ciclo turismo que apunta a desarrollar el alto potencial del cantón Junín para el turismo en bicicleta. El servicio vincula a la comunidad con los visitantes en un dialogo de saberes vivenciales, de una manera creativa y didáctica, que respeta el medio ambiente, aporta a la economía local generando una oportunidad de formación y capacitación mediante una dinámica socialmente responsable.

Objetivos de la empresa

- Operar el producto Ruta de Ciclo Paseos Vivenciales "Panela y Pedal" en el cantón Junín, Manabí, Ecuador.
- Aportar al desarrollo del cicloturismo sostenible como una nueva fuente de ingresos económicos en el cantón Junín.
- Difundir los atractivos naturales, la cultura local y los saberes ancestrales del cantón.

Cartera de Negocios

La cartera de negocios de la empresa turística incluye 12 paquetes turísticos temáticos (ver tabla 43), uno para cada mes del año y para cada grupo objetivo en particular; pudiendo intercalarse la temática a conveniencia o a fechas especiales.

Tabla 33: Paquetes turísticos temáticos:

Mes del Año	Público Objetivo (Temática)
Enero	Familias
Febrero	Estudiantes
Marzo	Solteros
Abril	Adolescentes
Mayo	Educadores
Junio	Empleados públicos
Julio	Empleados bancarios
Agosto	Estudiantes de Turismo
Septiembre	Quinceañeras
Octubre	Ciclistas aficionados
Noviembre	Gestores culturales
Diciembre	Parejas

Elaboración propia.

Relación que va a tener el producto con los servicios circundantes:

- Alta participación en el mercado.
- Mercado con alto crecimiento.
- Los visitantes disponen de efectivo para consumir los servicios ofertados en la ciclorruta.
- Se obtienen utilidades significativas.

Productos estrella y negocios clave:

El producto estrella es un souvenir alusivo a la ruta, que consiste en una mini botella de Currincho con amorfinos coleccionables estampados en su etiqueta, ningún turista querrá irse sin llevarse una y todos querrán coleccionarlas. Es un complemento del negocio clave que son los paquetes turísticos temáticos.

Segmento de mercado:

El trazado de la ruta es recreativo y esto la hace más accesible a un número mayor de consumidores, por lo que se han identificado 12 segmentos de mercado potenciales que constan en la tabla N° 43.

El público objetivo se lo localiza en planteles educativos, empresas del sector público y privado, clubes de ciclismo, organizaciones sociales y asociaciones de padres de familia.

Cada uno de estos grupos tienen diferencias perceptibles entre sí que son necesarias para medir la valoración que cada uno hace de la ruta Panela y Pedal.

Estos grupos son estables en el tiempo porque siempre van a existir en los mismos lugares donde se los localiza y tienen un potencial de ventas suficiente que justifican el esfuerzo.

Tienen solvencia para adaptarse al precio y a la estrategia comercial propuesta.

PROMOCIÓN

La ruta se promocionará mediante material impreso, vallas, letreros, publicidad en todos los medios de comunicación, página web, trabajo articulado con otras agencias de turismo, visitas de impulsores a los diferentes segmentos identificados.

El producto cicloturístico para el cantón Junín propuesto permite un posicionamiento como destino de cicloturismo provincial y nacional, posibilita el intercambio cultural con los turistas que visitan sus comunidades, genera fuentes de empleo y de nuevos emprendimientos: Implantación de planta turística, talleres mecánicos para bicicletas, talleres de costura de indumentaria para ciclistas (ropa, alforjas, gorras), repotenciación de trapiches y venta de artesanías alimentarias. Pero se necesita de una adecuada Educación de los actores en ramas como la hospitalidad turística, manejo medioambiental, presentación de productos para la venta, elaboración de artesanías alimentarias, gastronomía, entre otras y Motivar las inversiones externas en

planta turística e involucrar a toda la población en el desarrollo de la actividad turística.

3.4 FASE 4: VALIDACIÓN DEL PRODUCTO

3.4.1 Identificación de las características a evaluar

- ✓ Seguridad
- ✓ Paisajismo
- ✓ Transitabilidad
- ✓ Puntos de reagrupamiento
- ✓ Puntos de avituallamiento
- ✓ Facilidades turísticas
- ✓ Acceso a todo público
- ✓ Beneficio a las comunidades
- ✓ Impacto
- ✓ Aplicabilidad
- ✓ Factibilidad

Ponderación: 1 bajo, 2 medio, 3 alto.

Lectura: de 23 a 24 puntos:

De 16 a 22 puntos:

De 8 a 15 puntos:

3.4.2 Selección de expertos

Con el objetivo de trabajar en el proceso de validación del producto, se hace necesario seleccionar un conjunto de expertos, ¿A quiénes considerar expertos?, para que una persona pueda ser incluida como «experto» en esta investigación, debe poseer un conocimiento profundo de las tareas o actividades que serán objetos de análisis y valoración y tiene que estar familiarizada con el diseño de productos turísticos, además de poseer experiencia en la gestión del turismo.

La selección del grupo de expertos se hace a partir del cálculo del número de integrantes necesarios a entrevistar, teniendo en cuenta el nivel de confianza, la proporción de error y el nivel de precisión deseado a través de la expresión siguiente:

$$M = \frac{P(1 - P)K}{I^2}$$

Dónde:

M: cantidad de personas necesarias.

I: nivel de precisión que expresa la discrepancia o variabilidad que muestra el grupo en general.

P: porcentaje de error que como promedio se tolera en sus juicios.

K: constante cuyo valor está asociado al nivel de confianza.

Para el caso en estudio se decidió lo siguiente:

1- $\alpha = 0.95$; $P = 0.03$; $I = \pm 0.11$ con una $K = 3.8416$, obteniéndose como resultado nueve (9) expertos a participar. Las personas a seleccionar como expertos inicialmente fueron 11 expertos.

3.4.3 Diseño del instrumento de recolección de datos

Luego de seleccionar a los profesionales que conformaron el panel de expertos, se procedió a definir y conceptualizar los criterios para lo cual se diseñó un instrumento que contiene un conjunto de criterios sobre el producto propuesto, para que los expertos pudieran evaluarlo desde varios puntos de vista. El cuestionario utilizado se muestra a continuación y aplica una escala Likert, facilitando de este modo un mayor nivel de precisión, según los siguientes criterios: (1) Totalmente desacuerdo (2) Desacuerdo (3) Neutral (4) De acuerdo (5) Muy de acuerdo

3.4.4 Consulta a expertos

El instrumento fue aplicado a los nueve expertos seleccionados con las instrucciones correspondientes. Se les solicitó dar un orden de prioridad a los indicadores y al mismo tiempo otorgar una puntuación según escala.

Tabla 34. Instrumento de Validación del Producto

NOMBRE DE LA RUTA: CRITERIOS A EVALUAR: (de 1 a 5 puntos)	PANELA Y PEDAL
Seguridad	
Paisajismo	
Transitabilidad	
Puntos de reagrupamiento	
Puntos de avituallamiento	
Facilidades turísticas	
Acceso a todo público	
Beneficio a las comunidades	
Impacto	
Aplicabilidad	
Factibilidad	
Total:	

Elaboración propia

3.4.5 Procesamiento de la información

Luego de recopilar toda la información brindada por los nueve expertos elegidos, el resultado señala que la inmensa mayoría de las respuestas en las evaluaciones se ubican dentro de la clasificación: muy de acuerdo o de acuerdo y que sobresalen los indicadores de accesibilidad a todo público, aplicabilidad, factibilidad, impacto y beneficio a las comunidades en la creación del producto “Rutas de ciclo paseos vivenciales”.

Obteniéndose en la Aplicación del Test de Kendall; $\chi^2 > \chi^2_{\alpha; N-1}$, donde $\chi^2 = k^* (N-1) * W = 85.313$ y $\chi^2_{0.05; 10} = 3.94$. Por lo que $85.313 > 3.94 \rightarrow$ Por tanto, el juicio de los expertos es consistente y concuerdan en la propuesta de los indicadores seleccionados.

3.4.6 Comunicación y presentación de los resultados de la validación

De esto, se comprueba que no existe una coincidencia casual entre los expertos, por lo cual se llega a la conclusión que la consistencia entre sus opiniones es fuerte, con relación al producto turístico propuesto. Por esta razón, a partir de la aplicación del instrumento de validación utilizado se confirma que el producto, muestra como principales características: accesibilidad a todo público, aplicabilidad, factibilidad, impacto y beneficio a las comunidades.

CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES

El diagnóstico turístico situacional muestra que el cantón Junín cuenta con recursos naturales y culturales que resaltan su potencialidad para el cicloturismo, destacan su paisaje, las ofertas de productos derivados de la caña de azúcar, el sabor de los bizcochuelos, las casas patrimoniales, las tradiciones y costumbres, pero evidencia al mismo tiempo una limitada planta turística, falta de apoyo gubernamental al sector turístico y desmotivación de la comunidad en el apoderamiento de la actividad turística.

El estudio de mercado turístico identificó una demanda de clientes potenciales motivados a consumir productos cicloturísticos, el cantón ofrece las condiciones en cuanto a belleza del paisaje, territorio ondulante atractivo para diversos tipos de ciclismo, presencia de productos artesanales identitarios, disfrute de la naturaleza, tranquilidad y armonía.

La investigación muestra el proceso de creación del producto turístico “Ruta de Ciclopaseos Vivenciales para el cantón Junín”, el mismo constituye una potencialidad del territorio hacia el inicio de su desarrollo en materia turística. Se identificaron además tres rutas adicionales para ciclismo de aventura y ciclismo extremo. La ruta propuesta es vivencial porque en su trayecto el turista puede hacer deporte; recrearse, vivir la experiencia y las emociones de contactar en el sitio la fabricación del aguardiente de caña de azúcar y sus derivados, palpar y degustar en la fábrica la elaboración artesanal de los bizcochuelos tostados y conocer los hornos ancestrales; y disfrutar la comida típica del lugar.

La validación del producto turístico creado “Ruta de Ciclopaseos vivenciales para el cantón Junín” por los expertos evidencia su pertinencia y resalta que los expertos coinciden en la viabilidad de la puesta en operación de este producto cicloturístico; se comprueba que existe coincidencia entre los expertos, la consistencia entre sus opiniones es fuerte, y se confirma además que el producto muestra como principales características: accesibilidad a todo público, aplicabilidad, factibilidad, impacto y beneficio a las comunidades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álava, J. R. (2014). *Reactivación de la cadena productiva de la Caña de Azúcar y Otros Usos en la provincia de Manabí*. Portoviejo, Ecuador: Gobierno Provincial de Manabí.
- Arenas, N. (27 de septiembre de 2017). RETOS Y PROBLEMAS DEL SECTOR TURISMO EN 2018: DEBATE. *La viajera empedernida*.
- Arias, L. (2018). *Catastro de establecimientos turísticos de la provincia de Manabí*. Portoviejo: Mintur CZ4.
- Carrasco, L. &. (2016). RUTA DE NATURALEZA Y CULTURA ORIENTADA A FORTALECER EL SECTOR TURÍSTICO EN EL CANTÓN PAJÁN, PROVINCIA DE MANABÍ” PROYECTO. . *Tesis*. Guayaqui, Guayas, Ecuador.
- Chávez, N. I. (2017). Current and projected developments of the international. *UNIANDÉS EPISTEME: Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*. ISSN 1390-9150, 4(3).
- Cortina, A. (2013). Ética de la empresa, no sólo responsabilidad social. *El País*.
- Council, W. T. (2016). *WTTC*.
- Creativa, A. (16 de marzo de 2016). Bien Público: Desarrollo de productos de cicloturismo en modalidad autoguiado con base de alojamiento microempresarial – rural. Santiago, Chile.
- Delgado, M. C. (2015). Museo a todo pedal : Calle 26. *Revistarquis*, 8,10.
- Ecuador, B. C. (2018). *Reporte de Coyuntura sector Agropecuario*. Bancon Central del Ecuador, Publicaciones económicas. Quito: ISSN N° 1390-0599.
- Entorno, T. (2018). Recuperado el 6 de marzo de 2018, de <http://www.entornoturistico.com/que-es-la-planificacion-estrategica-del-turismo/>
- Escobar, B. (2015). PROPUESTA DE UN PLAN DE GESTIÓN DE MOVILIDAD TURÍSTICA ENFOCADO EN LA INTEGRACIÓN DEL USO DE LA BICICLETA, A FAVOR DEL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA CIUDAD DE QUITO. . Quito, Pichincha, Ecuador.
- Fajardo, M. S. (2017). INCIDENCIA DE LAS RUTAS DE CICLISMO EN LA DEMANDA DE TURISMO ACTIVO DE NATURALEZA DE LOS CICLISTAS QUE RECORREN LA PROVINCIA DEL GUAYAS. DISEÑO DE UN APLICATIVO MÓVIL DE CICLOTURISMO. *Revista Empresarial ICE-FEE-UCSG*, 11(4), 7.
- Fil, Y. (11 de febrero de 2014). *Día de la Virgen de Lourdes: ¿a qué se debe su nombre?, ¿por qué el agua?, ¿quién fue Bernardita?* Recuperado el mayo de 2018, de Sitio Andino: <http://www.sitioandino.com.ar>

- GAD Manabí. (2015). *Distribución porcentual de las áreas plantadas de caña de azúcar en el cantón Junín*. Gobierno Provincial de Manabí, Fomento Productivo. Portoviejo: Dr. C. Miguel Herrera Suárez,.
- García, N. (2018). Producto de sol y playa para el desarrollo turístico del Municipio Trinidad de Cuba. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*.
- Juárez1, J. R. (2010). MODELO DE INTEGRACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS EN EL TURISMO ALTERNATIVO. *Tecsisecatl*.
- Junín, G. (2011). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, etapa diagnóstico.
- Junín, G. (2016). *PDOT*.
- Junín, G. (2016). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Junín*. Junín.
- Junín, G. A. (2016). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT). Junín, Manabí, Ecuador.
- JUNÍN, G. C. (2016). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDYOT)*. Junín.
- Kalalú-Danza, B. T. (1999). PROPUESTA PARA UNA POLÍTICA DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE. *Publicaciones @ Kiskeya Alternativa*,.
- Local, D. (2010). Local, D., & Development, L. (2010). Aportes del Turismo al Desarrollo Local : evolución experimentada en la Ciudad de Federación , Argentina, 21, 539–566. 173-193.
- M, I. M. (noviembre de 2008). GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO . Costa Rica.
- MAGAP. (2010). *Informe Ministerio Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca*. Portoviejo: Dirección de comunicación.
- Manabí, G. (2015). *Distribución porcentual de las áreas plantadas de caña de azúcar en el cantón Junín*. Portoviejo: Dirección de Comunicaciones.
- Mintur. (2017). *GUÍA METODOLÓGICA PARA LA JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y GENERACIÓN DE ESPACIOS TURÍSTICOS DEL ECUADOR*. Quito: MINTUR / 2da. Edición – Quito, junio 2017.
- Montero, R. D. (2012). El Abuelo Juguetón. <http://cuentosymisteriosmanabitas.blogspot.com>.
- Moreira. (2015). <http://repositorio.uees.edu.ec>. Obtenido de <http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/970/1/PAPER%20DE%20TITULACION%20JUAN%20JOSE%20GOMEZ-entrega%20final.pdf>
- Moreira, J. J. (2015). *Repositorio UEES*. Recuperado el 7 de 05 de 2018, de <http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/970/1/PAPER%20DE%20TITULACION%20JUAN%20JOSE%20GOMEZ-entrega%20final.pdf>

- Muro, M. d. (2016). Productos turísticos, metodología para su elaboración.
- Nora Santiago, A. R. (2017). Actualidad y proyecciones de desarrollo del turismo. *Uniandes Episteme*, 4(3).
- P, R. R. (2009). DESARROLLO TURÍSTICO Y DINÁMICA RELACIONAL. METODOLOGÍA DE ANÁLISIS PARA LA GESTIÓN ACTIVA DE DESTINOS TURÍSTICOS. vol: 23 (23) pp: 173-193.
- Pali, M. Q. (3 de 12 de 2012). *Reportelobby*. Recuperado el 06 de marzo de 2018, de <http://www.reportelobby.com/2014/12/creacion-producto-turistico-experiencias-xcaret.html>
- Patrimonio, M. C. (2016). Patrimonio alimentario del Ecuador.
- PDOT. (2016). (Junín, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial .
- Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía Colombiana*, 28(3), p. 507-513.
- por, V. (2019). <https://ec.viajandox.com/junin/conjunto-parcial-junin-A1424>.
- Reinoso, N. (2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador. . *CULTUR - Revista de Cultura e Turismo*, 2, 81–108.
- Ricaurte, C. (2009). Manual para el Diagnóstico Turístico Local. *Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPOL*.
- Ricaurte, C. (2009). Manual para el diagnóstico turístico local. Guía para planificadores .[En línea] ESPOL. <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/8300>.
- Rodríguez, F. R. (2016). EL CICLISMO COMO VECTOR DE DESARROLLO TERRITORIAL. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 70, 422.
- Salto, D. (2018). *Inventario y Jerarquización Recursos turísticos de la Provincia de Manabí*. Portoviejo: Mintur.
- Saravia, M. d. (2016). Productos turísticos. *revista de ciencias sociales, segunda época* 53 N^o 29, otoño de 2016,.
- Sarrión, J. B. (2014). Metodología específica para la creación de producto turístico en torno a vías verdes. *Rutas Pangea y Fundación de los*.
- Scribd. (2018). <https://es.scribd.com/doc/39145813/COMO-CREAR-UN-PRODUCTO-TURISTICO>.
- Teléfono, D. E. (31 de enero de 2016). <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/las-peleas-de-gallos-una-tradicion-que-se-mantiene-en-el-norte-del-pais>.

Toselli, C. (. (2015). El planeamiento estratégico aplicado al desarrollo del turismo. Algunas reflexiones sobre los planes turístico provinciales de Argentina, Turismo y Sociedad. XVII, pp. 63-89.

Udima. (2018). *Udima.es*. Obtenido de <https://www.udima.es/es/planificacion-desarrollo-turistico.html>

Vinetur. (2014). Los 5 niveles del neuromarketing para satisfacer las necesidades del cliente. *Revista digital del Vino*.

X, V. (s.f.). <https://ec.viajandox.com/junin/conjunto-parcial-junin-A1424>. Recuperado el 2018

ANEXOS

ANEXO 1:**FORMATO ENCUESTA APLICADA A CICLISTAS DURANTE
COMPETENCIA DESAFÍO JUNÍN 2018****ENCUESTA**

FECHA _____

EDAD: _____

SEXO: _____

PROCEDENCIA: _____

Pregunta N° 1: ¿Cree usted que estos eventos deberían ser más frecuentes en Junín?

SI	
NO	

¿POR QUE?

Pregunta N° 2: ¿Cree usted que Junín puede desarrollar el turismo a través de actividades deportivas y de aventura?

SI	
NO	

¿POR QUÉ?

Pregunta N° 3: ¿De qué manera usted podría aportar al desarrollo turístico del cantón Junín?

Pregunta N° 4 ¿Qué sugerencia tiene para que el cantón Junín se desarrolle turísticamente?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2:**FICHA DE ENCUESTA PARA CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES****CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES****1. DATOS GENERALES**

1.1 Ubicación de la comunidad:

NOMBRE DE PROVINCIA:
NOMBRE DE CANTÓN:
NOMBRE DE PARROQUA:
NOMBRE DE COMUNIDAD:

1.1 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano. (Esta Información la puede encontrar en la página Web del

INEC) _____

Fuente _____

2. OFERTA DE SERVICIOS

1.2 Alojamiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alojamiento, sírvase llenar el Apéndice No. 1).

	#		#
1. HOTELES		5. MOTELES	
2. HOSTERIAS		6. HOSPEDERIAS COMUNITARIAS	
3. HOSTALES		7. CAMPING	
4. PENSIONES		8. OTRO _____	

1.3 Alimentación

Identifique el tipo y número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alimentación, sírvase llenar el Apéndice No. 2).

	#		#
1. RESTAURANTES	<input type="text"/>	4. BARES	<input type="text"/>
2. CAFETERIAS	<input type="text"/>	5. CANTINAS	<input type="text"/>
3. FUENTES DE SODA	<input type="text"/>	6. KIOSKOS DE COMIDA	<input type="text"/>
		7. OTROS	

1.4 Esparcimiento

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

		#		#
1.	DISCOTECAS	<input type="text"/>	3.	INSTALACIONES DEPORTIVAS
2.	CINES/ TEATROS	<input type="text"/>	4.	BINGOS
			5.	OTROS

1.5 Otros servicios

Identifique el tipo y número de establecimientos de otros servicios existentes en la comunidad.

	#		#
1.		4.	
AGENCIAS DE VIAJE	<input type="text"/>	GUÍAS DE TURISMO	<input type="text"/>
2.		5.	
OPERADORAS	<input type="text"/>	BANCOS	<input type="text"/>
3.		6.	
INFORMACIÓN AL TURISTA	<input type="text"/>	CAJEROS AUTOMÁTICOS	<input type="text"/>
		7.	
		OTROS	<input type="text"/>

3. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

3.1. Distancias

Identifique las distancias que hay desde el punto de partida (centro turístico más cercano o ciudad principal) hasta la parroquia, así como el tiempo de recorrido y medio de transporte.

	1	2	3	4	5	6	7	8
	Bus	Camioneta	Lancha	Canoa	Avión	Avioneta	Bestia	Caminando
Distancia a la cabecera parroquial (Km): _____								
Distancia a la cabecera cantonal (km): _____								

Principales vías de acceso a la comunidad:

1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA
2. ADOQUINADA
3. EMPEDRADA
4. LASTRADA
5. DE TIERRA (CARROSABLE)
6. SENDERO

3.2. Para llegar a la comunidad (o dentro de ella) existe señalización

VIAL

1. Sí
2. No

TURÍSTICA

1. Sí
2. No

3.3. En la comunidad se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

1. BUS
2. CAMIONETA
3. TAXIS
4. OTRO _____

3.4. En la comunidad existen las siguientes terminales o estaciones de transporte (puede marcar más de una opción):

1. BUS
2. CAMIONETA
3. CAMIONES
4. TAXIS
5. OTRO _____

3.5. Descripción del transporte público terrestre que presta servicio a la comunidad

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACIÓN/ TERMINAL	TIPO DE TRANSPORTE (MARQUE CON UNA X)		FRECUENCIA DEL SERVICIO	TIPO DE VEHÍCULO
		LOCAL	INTER.-CANTONAL		

3.6. Si no existe medio de transporte público, señale la distancia a la que se puede abordar cualquier tipo de transporte motorizado: _____ Km.

COMUNICACIONES

Existe servicio telefónico en la comunidad: Marque con una X

1. Sí
2. No

3.7. La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a _____ Km.

3.8. Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.9. En la comunidad existen _____ cabinas de servicio telefónico para uso público.

3.10. En la comunidad existen _____ cibercafés o establecimientos de uso público de Internet.

3.11. Existe oficina de correos en la comunidad:

1. Sí
2. No

SANIDAD

3.12. Existe red de agua entubada:

1. Sí % de la población con agua entubada _____
2. No

3.13. Se trata con cloro el agua en la fuente de distribución:

1. Sí
2. NO

3.14. Fuente principal de abasto / Qué tipo de agua se consume:

- | | |
|---|---|
| <p>1. RED PÚBLICA <input type="checkbox"/></p> <p>2. PILA O LLAVE PÚBLICA <input type="checkbox"/></p> <p>3. OTRA FUENTE POR TUBERÍA <input type="checkbox"/></p> <p>4. CARRO REPARTIDOR <input type="checkbox"/></p> <p>5. TRICICLO <input type="checkbox"/></p> | <p>6. POZO <input type="checkbox"/></p> <p>7. RÍO, VERTIENTE, ACEQUIA <input type="checkbox"/></p> <p>8. AGUA LLUVIA <input type="checkbox"/></p> <p>9. OTRO _____ <input type="checkbox"/></p> |
|---|---|

3.15. Existe sistema de alcantarillado en la comunidad: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. Sí % de la población con alcantarillado _____
2. No

3.16. En dónde elimina las excretas la mayoría de la población: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

- | | |
|------------------------------|---------------|
| 1. EXCUSADO Y ALCANTARILLADO | 5. POZO CIEGO |
| 2. LETRINA | 6. OTRO |
| 3. AIRE LIBRE, RÍO, ESTERO | |
| 4. POZO SÉPTICO | |

3.17. Cómo elimina la basura la mayoría de la población:

- | | |
|---------------------|--------------------------|
| 1. CARRO RECOLECTOR | <input type="checkbox"/> |
| 2. SE QUEMA | <input type="checkbox"/> |
| 3. SE ENTIERRA | <input type="checkbox"/> |
| 4. OTRO | <input type="checkbox"/> |

3.18. Existen establecimientos de salud en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.19. Instancias y/o establecimientos de salud que existen: Puede marcar más de una casilla

si es necesario.

	¿Cuántos?		¿Cuántos?
1	PARTERAS CAPACITADAS		HOSPITAL PÚBLICO
	PARTERAS NO CAPACITADAS		DISPENSARIO PÚBLICO
	PROMOTORES DE SALUD		UNIDAD MÓVIL
	CURANDERO TRADICIONAL		CONSULTORIO PRIVADO
	SHAMAN		CLÍNICAS
	BOTIQUIN COMUNITARIO		HOSPITAL PRIVADO
	SUB-CENTRO DE SALUD		FARMACIA
	CENTRO DE SALUD		OTRO

3.20. Si no hay establecimientos de salud en la comunidad.

A cuál establecimiento asisten para atender su salud

1. Parroquia o cabecera cantonal a la cual pertenece el establecimiento de salud
2. Distancia del establecimiento al cuál asisten (Km).

ENERGÍA

3.21. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.22. Distancia al lugar más cercano con energía eléctrica: __Km.

3.23. Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica: _.

3.24. Existen gasolineras en la comunidad

1. Sí ¿Cuántas? _____
2. No

3.25. Distancia a la gasolinera más cercana: __Km.

4. GOBERNANZA

4.1 De qué instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo: nombre a las instituciones involucradas, el periodo en que se recibió el apoyo de las mismas. Puede obtener información en municipios, juntas parroquiales o el líder de la comuna.

INSTITUCIÓN	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD
1 NACIONALES				
2 INTERNACIONALES				

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

empezó o empezará a ejecutar.

1. Sí	<input type="checkbox"/>	PLAN	AÑO

2. No

4.3 Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad (marque con una x):

TIPO DE ORGANIZACIÓN

- JUNTA PARROQUIAL
- COMITÉ DE BARRIO
- DIRECTIVA
- COMUNITARIA COMITÉ DE DESARROLLO
- COOPERATIVAS
- ORGANIZACIÓN DE MUJERES
- COMITÉ DE PADRES DE FAMILIA
- ORGANIZACIONES RELIGIOSAS
- CLUBES
- ASOCIACIONES DE TURISMO

5. COMUNIDAD RECEPTORA

5.1 A qué actividades económicas principales se dedica la población (Para contestar esta pregunta se puede

consultar en el INEC. Llene las casillas con porcentajes):

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> AGRICULTURA, CAZA, AVICULTURA, PESCA, GANADERÍA, TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN. | <input type="checkbox"/> SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES |
| <input type="checkbox"/> INDUSTRIAS MANUFACTURERAS: ARTESANÍAS | <input type="checkbox"/> EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS |
| <input type="checkbox"/> ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA | <input type="checkbox"/> TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES |
| <input type="checkbox"/> CONSTRUCCIÓN | <input type="checkbox"/> ACTIVIDADES NO ESPECIFICADAS |
| <input type="checkbox"/> ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS | |
| <input type="checkbox"/> COMERCIO | |

Fuente:

5.2 ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad?

Nómbrelas:

1. _____
2. _____
3. _____

Fuente:

5.3 Tipo de empleo turístico (Sólo para comunidades que prestan servicios turísticos).

Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ personas.

Porcentaje%

EMPLEOS FORMALES EN TURISMO (PERSONAL CON CONTRATO VERBAL O ESCRITO, ESTABLECIMIENTOS CON DOCUMENTOS EN REGLA)	
EMPLEOS INFORMALES EN TURISMO (VENEDORES INFORMALES, PRESTADORES DE SERVICIOS SIN DOCUMENTOS EN REGLA O SIN PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO)	

5.4 Tipo de actividad en la que participa la comunidad: puede marcar más de uno si así fuere el caso.

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| 1. TRABAJO EN GRUPO | <input type="checkbox"/> |
| 2. MINGA | <input type="checkbox"/> |
| 3. ASAMBLEA COMUNITARIA | <input type="checkbox"/> |
| 4. OTRAS | <input type="checkbox"/> |

Comentarios:

5.3. Ha participado la Comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con:

- | | SI | NO |
|------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. MUNICIPIO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. GOBIERNO PROVINCIAL | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

5.4. Destrezas para turismo encontradas en la comunidad. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

de personas

- | | |
|---------------------------------------|----------------------|
| 1. INGLÉS | <input type="text"/> |
| 2. CAPACIDAD O EXPERIENCIA EN GUIANZA | <input type="text"/> |
| 3. COCINA | <input type="text"/> |
| 4. CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN | <input type="text"/> |
| 5. OTRA _____ | <input type="text"/> |

5.5. Actitud de la comunidad hacia la actividad turística. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

Para contestar esta pregunta se encuestó a

1. El turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo (es considerado en planes, políticas, hay asociaciones de prestadores de servicios turísticos, etc.)
2. El turismo es una actividad económica alterna y estacional (La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras actividades)

3. Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística (La comunidad no contesta preguntas relacionadas al turismo, no opinan)

4. Rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística en la comunidad (La comunidad rechaza desarrollo turístico, considera que es peligroso, no cree que solucione sus problemas económicos)

5.6. Problemas sociales que según el encuestador pueden afectar al desarrollo turístico de la comunidad. Se Pueden identificar también necesidades de capacitación de acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta (5.6). Comentarios:

Fuente: Carla Ricaurte, Manual para el Diagnóstico Turístico Local, 2009

ANEXO 3:**FICHA DE CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA****CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA**

Utilice una de estas fichas para la comunidad. La ficha incluye los datos mínimos con respecto a la demanda que deberían caracterizarse en un diagnóstico. Dependiendo del tiempo y los recursos disponibles, se debe decidir el método con que se recogerán los datos en la comunidad: se puede optar por la observación y entrevistas para obtener datos aproximados o cualitativos, se puede usar la ficha como una base para diseñar cuestionarios de encuesta que arrojen datos porcentuales.

1.1. Existe demanda turística hacia la comunidad. Puede contestar esta pregunta por observación directa.

- | | |
|-------|--|
| 1. Sí | |
| 2. No | |

1.2. La comunidad tiene una demanda diaria aproximada de: (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave; escribir en números el resultado).

	VISITANTES DE LUNES A VIERNES
	VISITANTES LOS DÍAS SÁBADO
	VISITANTES LOS DÍAS DOMINGO
	VISITANTES LOS DÍAS FERIADOS

Fuente de información:

1.3. Frecuencia de la demanda que posee la comunidad (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave).

- | | |
|-------------------------------------|--|
| 1. PERMANENTE (TODO EL AÑO) | |
| 2. ESTACIONAL (SÓLO POR TEMPORADAS) | |
| 3. ESPORÁDICA (DE VEZ EN CUANDO) | |
| 4. INEXISTENTE | |

1.4. Forma de viaje. Marcar con una x la respuesta correcta (puede hacer un cálculo en

porcentaje con base en encuesta o preguntas a informantes clave).

- | | |
|-----------------------------------|--|
| 1. INDEPENDIENTE | |
| 2. ORGANIZADO (PAQUETES, "TOURS") | |

Fuente de información:

1.5. Tipo de demanda que posee la comunidad. (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

A) CON RESPECTO AL ORIGEN

- | | |
|------------------|--|
| 1. INTERNACIONAL | |
| 2. NACIONAL | |
| 3. REGIONAL | |

A) CON RESPECTO AL TIEMPO DE ESTADÍA

- | | |
|-------------------|--|
| 1. TURISTAS | |
| 2. EXCURSIONISTAS | |

Fuente de información:

1.6. El gasto promedio diario de los visitantes es: (escriba la respuesta en dólares).

USD

- | | |
|-------------------|--|
| 1. TURISTAS | |
| 2. EXCURSIONISTAS | |

Fuente de información:

1.7. Indique tres razones o atractivos principales por los cuales es visitada la comunidad (puede contestar esta pregunta por observación directa, a través de un taller, por percepción comunitaria o a través de encuestas a los visitantes).

- 1.
- 2.
- 3.

1.8. Los servicios turísticos que consumen los visitantes son: (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

TIPO DE SERVICIO

1. ALOJAMIENTO
2. RESTAURANTES
3. KIOSCOS DE COMIDA
4. BARES
5. SERVICIO DE GUIANZA LOCAL
6. OTRO _____
7. NINGUNO

Fuente: Carla Ricaurte, Manual para el Diagnóstico Turístico Local, 2009

ANEXO 4:**FICHA DE ENCUESTA PARA DETERMINAR EL PERFIL DE LOS CLIENTES****ENCUESTA**

OBJETIVO: Identificar el perfil de los clientes que visitan el cantón Junín

1. Fecha de la entrevista:2. **Edad**-----años3. **Sexo:** Hombre Mujer **4. Lugar de Origen:**5. **Nacionalidad:** Ecuatoriano Extranjero **6. Provincia de Residencia (sólo para ecuatorianos):****7. Nivel de estudios completados**Sin estudios Primarios y secundarios Medios y técnicos Universitarios **8. Ocupación principal**Empresa privada Sector público Cuenta propia (emprendimiento) **9. ¿Por qué medio obtuvo la información del destino turístico Junín?**

- Por una agencia de viaje Por la Web, buscadores
- He venido otras veces Publicidad en TV, radio, folletos, periódicos, vallas....
- Por medio de amigo o familiares
- En ferias
- Valoraciones y comentarios de turistas en redes sociales

10. ¿Qué factores lo motivaron a realizar la visita?

- El clima Visitar a familiares o amigos
- El poder ir a la playa Salud o belleza
- Oferta de restauración Compra de excursiones
- Actividades culturales y entretenimiento Tranquilidad
- Senderismo Negocios o motivos profesionales
- La naturaleza, paisaje atractivo Practicar deportes de todo tipo (náuticos)
- El patrimonio cultural (arqueológico) Oportunidad de compras de artesanías
- La cercanía de su lugar de residencia Alejarse presión/estrés
- Relación calidad /precio Curiosidad por conocer Manabí
- Tradición o costumbre

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Buenas referencias (información) | <input type="checkbox"/> Amabilidad/hospitalidad |
| <input type="checkbox"/> Por el ambiente | <input type="checkbox"/> Seguridad ciudadana |
| <input type="checkbox"/> Disponibilidad de atractivos turísticos | <input type="checkbox"/> Disponibilidad de alojamiento |
| | <input type="checkbox"/> ¿Qué otros? |

11. Personas en total que forman el grupo en el que viaja

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Sólo | <input type="checkbox"/> Amigos |
| <input type="checkbox"/> Matrimonio o pareja | <input type="checkbox"/> Grupo organizado |
| <input type="checkbox"/> Familia | |

12. ¿Qué medio de transporte has utilizado?

- | | |
|---|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Vehículo propio | <input type="checkbox"/> Autobús |
| <input type="checkbox"/> Vehículo alquilado | <input type="checkbox"/> Taxi |

13. Duración de la visita (días).

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Excursión de 1 día. | <input type="checkbox"/> De 3 a 6 noches. |
| <input type="checkbox"/> De 1 a 2 noches. | <input type="checkbox"/> o más noches |

14. ¿Dónde se aloja?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Vivienda propia/familiares/amigos | <input type="checkbox"/> Hotel de 3 o menos estrellas |
| <input type="checkbox"/> Vivienda alquilada | <input type="checkbox"/> Hostal-Pensión |
| <input type="checkbox"/> Hotel de 4 o más estrellas | <input type="checkbox"/> Camping |

15. ¿Cómo reservó?

- | | |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Por una agencia de viajes | <input type="checkbox"/> Directamente |
| <input type="checkbox"/> Buscadores online | <input type="checkbox"/> Sin reserva |

16. ¿Qué actividades realiza en el destino Junín?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Tours por la ciudad | <input type="checkbox"/> Practicar deportes |
| <input type="checkbox"/> Visitar amigos/ familiares | <input type="checkbox"/> Visitar el casco urbano |
| <input type="checkbox"/> Ir de compras | <input type="checkbox"/> Visitar casas patrimoniales |
| <input type="checkbox"/> Ir a pubs, discotecas, terrazas | <input type="checkbox"/> Visitar sitios turísticos próximos |
| <input type="checkbox"/> Ir a restaurantes, cafeterías/ bares | <input type="checkbox"/> Visitar fincas agro turísticas |
| <input type="checkbox"/> Realizar excursiones, senderismo | <input type="checkbox"/> ¿Otras actividades? _____ |

17. Frecuencia de visita a Junín

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Sí, es la primera vez | <input type="checkbox"/> No, vine el año pasado |
| <input type="checkbox"/> No, vengo todos los años o casi todo. | <input type="checkbox"/> No, pero hacía años que no venía |

18. ¿Cuánto estas dispuesto a gastar en el destino turístico? (sin incluir alojamiento)

- Hasta 40 dólares americanos, De 71 a 100 dólares
 De 41 a 70 dólares, Más de 101 dólares

19. ¿Qué Percepción tienes de los precios en el destino?

Utilice la escala de 1 a 5 puntos (donde 1 es “muy bajos” y 5 es “muy altos”)

- Hospedaje.
- Alimentación.
- Recreación
- Transporte

20. ¿Cómo valoras la oferta turística en Junín?

Utilice la escala de 1 a 10 puntos (donde 1 es “pobre” y 10 es “excelente”)

- La oferta de alojamientos
- La oferta de restaurantes
- Oferta de ocio nocturno
- Oferta de comercios
- Oferta cultural y monumental
- Oferta deportiva
- El ambiente

21. ¿Va a compartir su experiencia en Junín en sus redes sociales? Sí No

22. Volvería a visitar Junín: Sí No

23. Recomendarás la visita al destino turístico de Junín: Sí No

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO 5:**RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS PARA DETERMINAR EL PERFIL DEL TURISTA POTENCIAL PARA EL CICLO PASEO VIVENCIAL.****Pregunta N° 1: ¿Edades de la población encuestada?**

Respuestas	Total	
	Cantidad	Porcentaje
De 18 a 26 años	88	44
De 27 a 35 años	58	29
De 36 a 44 años	34	17
De 45 a 53 años	12	6
De 54 a 65 años y más	8	4
Total	200	100%

Pregunta N° 2: ¿Género?

Respuestas	Total	
	Cantidad	Porcentaje
Masculino	116	58
Femenino	84	42
Total:	200	100%

Pregunta N° 3 ¿Origen?

Respuestas	Total	
	Cantidad	Porcentaje
Nacional	184	92
Extranjero	16	8
TOTAL:	200	100%

Pregunta N°4: ¿Por qué medio obtuvo la información del destino turístico Junín?

Respuestas	Total	
	Cantidad	Porcentaje
Por medio de amigos o familiares	138	69
Porque he venido otras veces	48	24
Valoraciones y comentarios de turistas en redes sociales	5	3
Por ferias	4	2
Publicidad en TV, radio, folletos, periódicos, vallas.	3	2
Por la Web, buscadores	2	1
Agencia de viaje	0	-
Total	200	100%

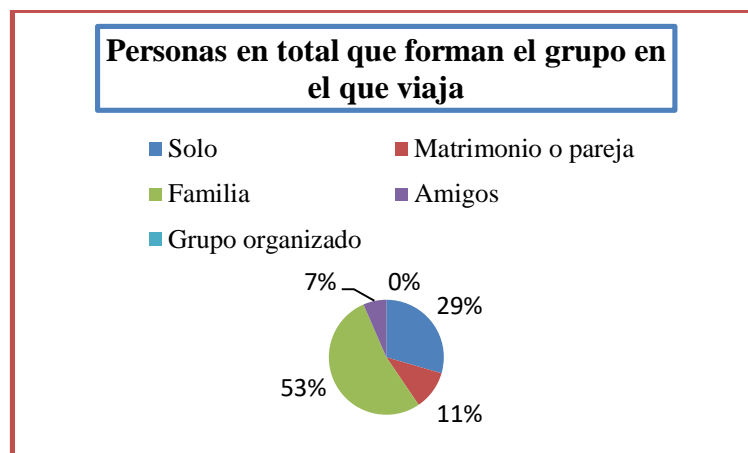
Pregunta 5. ¿Qué factores lo motivaron a realizar la visita?

Al ser ésta una pregunta abierta que obtuvo diversidad de respuestas; para una mejor tabulación, se las ha agrupado y se las ha clasificado en: Motivaciones por percepción de territorio, motivaciones por atractivos turísticos y motivaciones por facilidades personales y se obtienen los siguientes resultados:

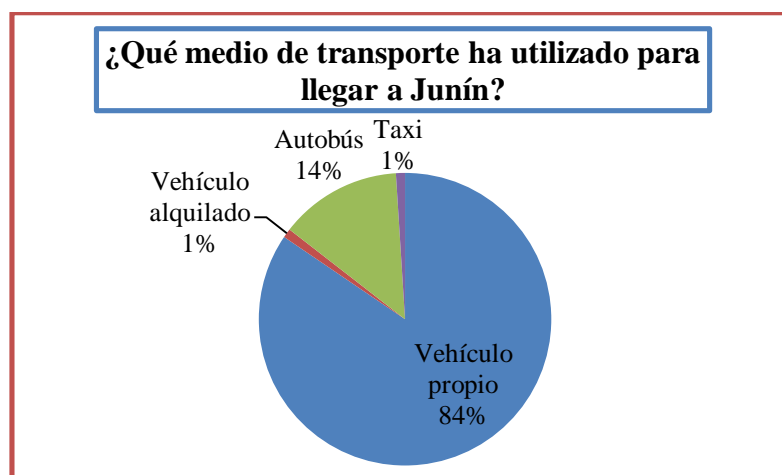
Tabla 26: Motivaciones de visita

Respuestas	Total	
	Cantidad	Porcentaje
Motivaciones por percepción del territorio:		
Buenas referencias (información)	3	1,5
Amabilidad/hospitalidad	1	0,5
Seguridad ciudadana	1	0,5
Tranquilidad	0	0
Subtotal:	5	2,5%
Motivaciones por atractivos turísticos:		
Comprar aguardiente y /o panela	46	23
Visitar amigos o familiares	28	14
Comprar bizcochuelos	27	13,5
Conocer fábricas de aguardiente	19	9,5
Ciclismo	13	6,5
Oferta de restauración	11	5,5
La naturaleza, paisaje atractivo	6	3
Conocer fábricas de bizcochuelos	6	3
Excursiones	3	1,5
Oferta Hotelera	2	1
El patrimonio cultural (arqueológico, casas patrimoniales)	1	0,5
Conocer cañadulzales	1	0,5
Subtotal:	163	81,5%
Motivaciones por facilidades personales:		
Negocios o motivos profesionales	21	10,5
La cercanía de su lugar de residencia	9	4,5
Relación calidad /precio	2	1
Subtotal:	32	16
TOTAL:	200	100%

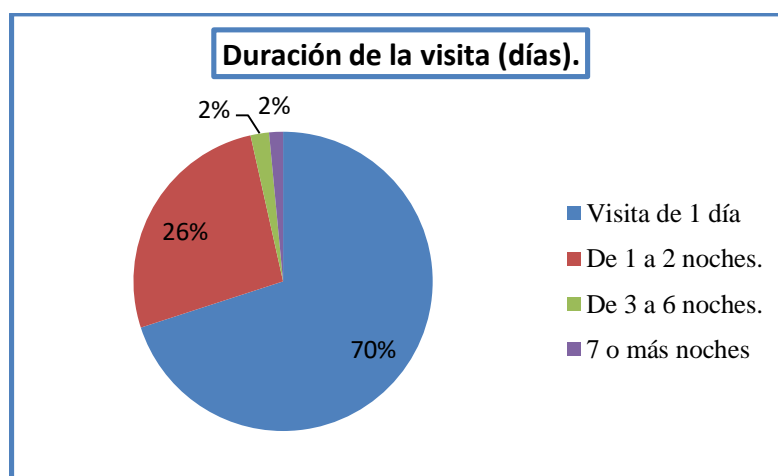
Pregunta N° 6: ¿Personas en total que forman el grupo en el que viaja?



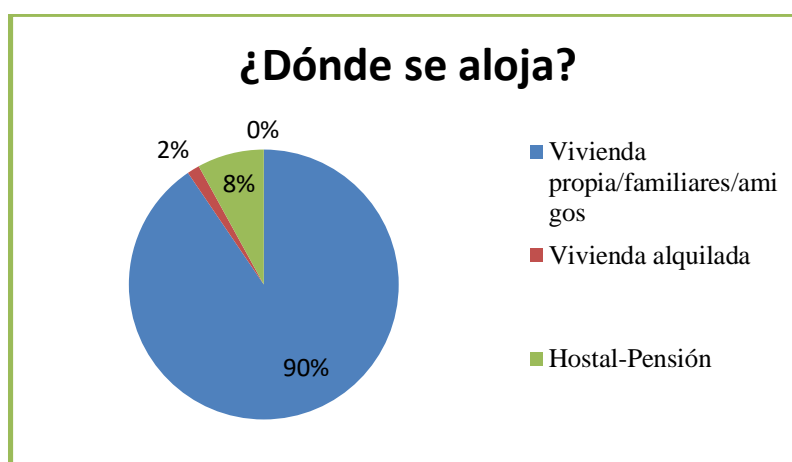
Pregunta N°7: ¿Qué medio de transporte ha utilizado para llegar a Junín?



Pregunta N° 8: ¿Duración de la visita (días)



Pregunta N° 9: ¿Dónde se aloja?



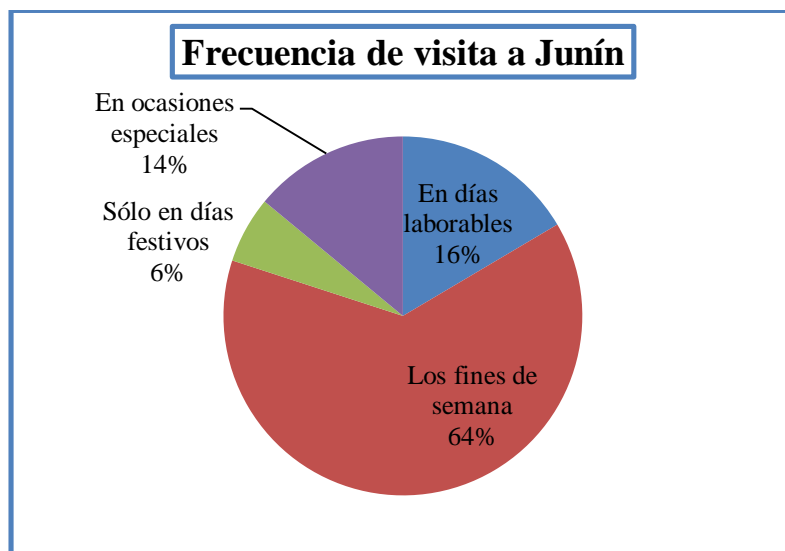
Pregunta N° 10: ¿Cómo reservó?

Respuestas	Total	
	Cantidad	Porcentaje
Sin reserva	196	98
Directamente	4	2
Por una agencia de viajes	0	0
Buscadores online	0	0
Total:	200	100%

Pregunta N° 11: ¿Qué actividades realiza en el destino Junín?

Respuestas	Total	
	Cantidad	Porcentaje
Visitar amigos/ familiares	93	46,5
Comprar productos tradicionales	55	27,5
Ir a restaurantes, cafeterías	18	9
Visitar el casco urbano	12	6
Visitar fincas agroturísticas	8	4
Sitios de diversión nocturna	5	2,5
Practicar deportes	3	1,5
Visitar sitios turísticos próximos	3	1,5
Realizar excursiones,	2	1
Visitar casas patrimoniales	1	0,5
Total	200	100%

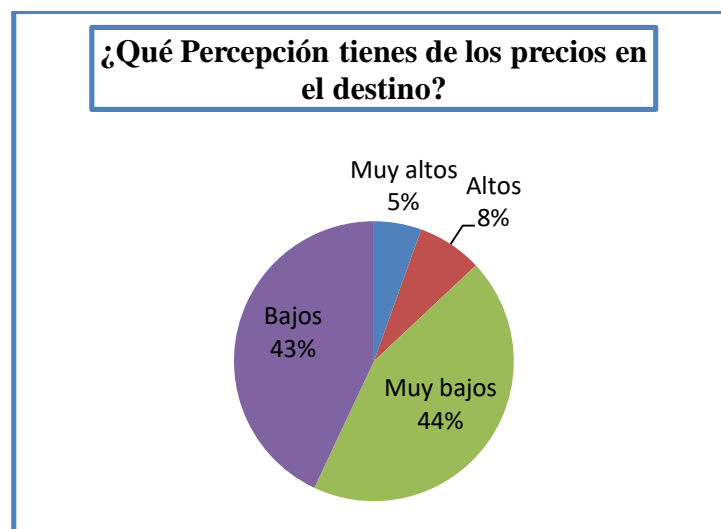
Pregunta N°12: ¿Frecuencia de visita a Junín?



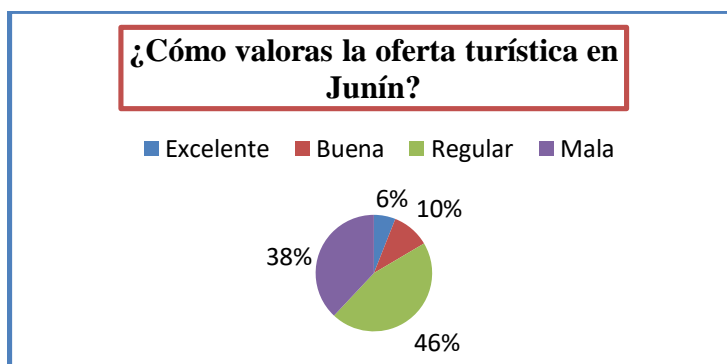
Pregunta N° 13: ¿Cuánto estas dispuesto a gastar en el destino turístico? (sin incluir alojamiento)

Respuestas	Total	
	Cantidad	Porcentaje
Hasta 40 Dólares Americanos,	182	91
De 41 a 70 dólares,	16	8
De 71 a 100 dólares	2	1
Total:	200	100%

Pregunta N° 14. ¿Qué Percepción tienes de los precios en el destino?



Pregunta N° 15: ¿Cómo valoras la oferta turística en Junín?



Pregunta N° 16: ¿Va a compartir su experiencia en Junín en sus redes sociales?

Respuestas	Total	
	Cantidad	Porcentaje
Si	131	65,5
No	69	34,5
Total:	200	100

Pregunta N° 17. ¿Volvería a visitar Junín?

Respuestas	Total	
	Cantidad	Porcentaje
Si	192	96
No	8	4
Total:	200	100

Pregunta N° 18. ¿Recomendarías la visita al destino turístico de Junín?

Respuestas	Total	
	Cantidad	Porcentaje
Si	148	74
No	52	26
Total:	200	100

ANEXO 6:**LISTADO DE DIRIGENTES DE ORGANIZACIONES, COMUNA Y ASOCIACIONES**

COMUNIDAD	NOMBRE DEL DIRIGENTE	TELEFONO
Agua fría	Kléber Bermúdez	
Balsa Tumbada	Julio Carbo	093663928
Balsa Tumbada	Jackson loor	986046466
Cámara de comercio	Tomas Ormaza	939912225
Caña	Lourdes Cusme	988414760
Cerezo	Jesús Vera	088926343
Chavelas Adentro	Kléber Ávila Garcia	088911533
Chavelas afuera	Carlos Chávez Bravo	090161323
Cieneguita Afuera.	Rene Palma	093264330
Compañía carga pesada	Lauro Guerrero	
El Ébano Adentro	Milton Ruiz	099392157
El Guasmo	Wilther Colon Conforme V.	089786182
Guasmo	Juan Quiroz	983384767
Guayabales	Lizardo Moreira Vera	086685492
Junín	William Antonio Bravo	097652529
Junín	Ing. Álvaro Avellán	980043727
La abeja	Saúl Cabrera	
La Lucha.	Cristóbal Colon Moreira	082718858
Las Piedras	Ebergito Cirilo Bravo	097875968
Miramar	FREDY MOREIRA SANCHEZ	093107805
Montañita	Andrés Garcia Alcívar	991628222
Pita chica	Sannia Moreira	
Rio Frio	Francisco Paredes	093358223
Sindicato de choferes	Néxar Moreira	996374108
Tablón Verde	Ángel Adalberto Zamora	090217179
Tablón Verde	Arturo Romero	
Tres Esquinas	Rolando Paredes	082591243

Fuente: Lcda. Tanya Intriago, GAD Junín

ANEXO 7:**LISTADOS DE ACTORES DIAGNOSTICO PARTICIPATIVO**

PARTICIPANTES	C.C:	N° TELEF.	E-MAIL	ORGANIZACIÓN
Kléber Solórzano		0994069038	alcaldía@municipiodejunin.gob.ec	Alcalde Junín
Luis Alberto Solari Briones	1309649273	0968689413	solisbrother@hotmail.com	Club Ciclismo Junín.
Miguel Humberto Briones Pacheco	1316730512	0939235131	miguelHumberto_1995@outlook.es	Club de Ciclismo de Junín.
Luis Gioverti Intriago Intriago	1314306075	0991483687	Luisgio2011@hotmail.com	Club de Ciclismo de Junín.
Carlos Patricio Serrano Daza	1309105888	0993911981	serrano_patricio@hotmail.com	Club de Ciclismo de Junín.
Jesús Andrés Vínces Mora	1310963929	0982227813	andyvíncesmora@hotmail.com	Club de Ciclismo de Junín.
Lucía Concepción Intriago Macías	1305566950	0988996771	lucyin@hotmail.com	Investigadora
Gary Vera		0998619083		Director Ditur Gad Junín
Xavier Alcívar		0997799484		Dueño Trapiche Mocerita
Estairon Ramón Intriago Bravo		0982903042		Fabrica Bizcochuelos Artesana Mocerita Junín
Esther de Intriago Jonny García		0982903042		Junín
Luis Intriago		0982758830		Descubriendo sus encantos Junín
Miguel Briones		0991483687		Descubriendo sus encantos Junín
Janeth Mendoza		0939335131		Descubriendo sus encantos Junín
Dayra Zambrano		0990784638		Descubriendo sus encantos Junín
Olinda Saltos		0982622355		Descubriendo sus encantos Junín
Karen García		0985560262		Descubriendo sus encantos Junín
Franklin Benedo Valdivieso Mora	1304288515	0980209749		Descubriendo sus encantos Junín
				Cooperativa Reina del Camino

Fuente: elaboración propia

ANEXO 8:***Cooperativas de transporte público que transitan por Junín***

Organización	COOPERATIVA DE TRANSPORTE CIUDAD DE CALCETA
Tipo Organización	COOPERATIVA DE SERVICIOS
Clase	TRANSPORTE
Cantón	BOLIVAR
Dirección	SALINAS S/N RICAUTE ESQUINA
Provincia	MANABI
Parroquia	CALCETA
Teléfono	52685186
Email	angel_coza@hotmail.com
Número Resolución	SEPS-ROEPS-2013-001717
Representante Legal	RUALES CABEZAS DIEGO PATRICIO
Presidente Consejo De Administración / Junta Directiva	NAVIA SOLORZANO RENEE AUGUSTO
Estado Jurídico	ACTIVA
Organización	COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN BUSES SAN CRISTOBAL DE BOLIVAR
Tipo Organización	COOPERATIVA DE SERVICIOS
Clase	TRANSPORTE
Cantón	BOLIVAR
Dirección	JUAN MONTALVO S/N TERMINAL TERRESTRE
Provincia	MANABI
Parroquia	CALCETA
Teléfono	52685338
Email	sancristobaldebolivar@hotmail.com
Número Resolución	SEPS-ROEPS-2013-001948
Representante Legal	BAZURTO SOLORZANO CRUZ SALVADOR
Presidente Consejo De Administración / Junta Directiva	GARCIA ANDRADE CESAR EMILIO
Estado Jurídico	ACTIVA
Organización	COOPERATIVA DE TRANSPORTES DE PASAJEROS EN CAMIONETAS CIUDAD DE CANUTO
Tipo Organización	COOPERATIVA DE SERVICIOS
Clase	TRANSPORTE
Cantón	CHONE
Dirección	LA FLORIDA SN FLORESMILO DE LA TORRE
Provincia	MANABI
Parroquia	CANUTO
Teléfono	52580657
Email	coopcanuto@hotmail.com
Número Resolución	SEPS-ROEPS-2013-002529
Representante Legal	MENDIETA MENDOZA DOMINGO FERNANDO DEL JESUS
Presidente Consejo De Administración / Junta Directiva	SALDARREAGA ZAMBRANO JOHNNY LUIS OSWALDO
Estado Jurídico	ACTIVA

Organización	COOPERATIVA DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL REINA DEL CAMINO
Tipo Organización	COOPERATIVA DE SERVICIOS
Clase	TRANSPORTE
Cantón	CHONE
Dirección	ATAHUALPA 212 7 DE AGOSTO
Provincia	MANABI
Parroquia	CHONE
Teléfono	52360590
Email	jean.200801@hotmail.com
Número Resolución	SEPS-ROEPS-2013-000338
Representante Legal	IBARRA MENDOZA MAYRA ZORAYA
Presidente Consejo De Administración / Junta Directiva	ZAMBRANO BRAVO JOSE FREDDYS
Estado Jurídico	ACTIVA

ANEXO 9:

NOTICIA EL DIARIO MANABÍ 15 DE NOVIEMBRE 2018

“Ciclistas se toman Junín”



Los protagonistas en bicicletas de montaña recorrieron 52 kilómetros, como parte de la carrera ‘Desafío Junín 2018’. Ellos cruzaron las tabladas El Algodón, Los Ranchos, Punta de Piedra, Guayabales, Roncón y Dos Bocas.

Emilio Ganchozo, uno de los organizadores de la carrera, dijo que nunca se imaginó tener tal aceptación por parte de los ciclistas. “Ha sido un hecho histórico para el cantón, haber recibido tantos turistas que movieron la economía local. Se escogió a nuestro cantón para esta competencia por la altimetría, clima y la variada gastronomía”, mencionó Ganchozo, quien subrayó que el evento se hizo sin fines de lucro y sin tintes políticos.

Visitantes. A la cita asistieron pedalistas de Santo Domingo, Cuenca, Quito, Ibarra, Atuntaqui, Valencia, El Carmen, Portoviejo y otras ciudades del país. La partida se dio frente al colegio Carlos A. García, tomaron la vía a La Piquigua y después de recorrer las diferentes tabladas bajaron por Dos Bocas hasta empalmar con la carretera que une a Andarieles y el sitio de partida.

Los novatos recorrieron 35 kilómetros, mientras que los sénior y máster cubrieron 52.

Al final los ganadores recibieron premios económicos, trofeos y medallas.

ANEXO 10:**FOTOGRAFÍAS MESAS DE TRABAJO**

Mesa de trabajo con grupo Junín Descubriendo sus Encantos



Mesa de trabajo con grupo de ciclistas del cantón Junín

Componente 4 Validar la creación del producto turístico “Ruta de Ciclo Paseos Vivenciales para el cantón Junín”.															
Informe de validación de expertos															
Revisión, correcciones y entrega del trabajo realizado															
Entrega de documentación habilitante															
Sustentación del trabajo de investigación:															

Elaboración propia