



TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio



TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Alberto Gregorio Castellano Montiel
Alcides Javier López Zambrano
Aldry Joao Torres Pihuave
Alex Emilio Baque Suarez
Alexandra Elsy Pita Lino
Anthony Jahir Pillasagua Suarez
Ariana Alejandra Baque Parrales
Boris Miguel López Vera
Bryan José Navarrete Cedeño
Cesar Alfredo Aguilar Cano
Cinthia Roxana Delgado Córdova
Diana Patricia Gallardo Dueñas
Doris Lilibeth Mantuano Ruiz
Douglas Herman Chilán Quimis
Franklin Edmundo Pin Figueroa
German Francisco León Lara
Gina Ximena Campozano Chiquito
Irving Armando Morales Ayón
Martha Susana Choez Pesantes
Jessenia Monserrate Delgado Basurto
Jessica Monserrate Valeriano Pincay
John Alfredo Muñiz García
Juan Gabriel Rosero Alcívar
Karen Nicole García Cevallos
Karla Cecilia Marin Arevalo
Keila Andrea Baena Paternina
Libia Soledad Ayón Villafuerte
Madeline Patricia Sornoza Castro
María Belén Baque Muguerza
María José Marcillo Alcívar
Martha Susana Choez Pesantes
Martin Elias Fuentes Ramos
Melissa Yuleyma Santana Mendoza
Michael Alexander Fernández Menoscal
Milenka Nicole Álava Zambrano
Na Gyun Yoon García
Noris Susana Macías Macías
Pedro Steven Moreira Cantos
Reynaldo Jose Vinces Rivas
Romina Stephania Saéñz Veliz
Ronald Balón Baque
Sonia Rosete Blandariz
Vanessa Teresa Santos Moreira
Yumileika Sulay Quimis Lascano

Autores Investigadores



SABEREC 5.0

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

AUTORES

INVESTIGADORES

Alberto Gregorio Castellano Montiel

Doctor en Ciencias Económicas;
Magíster en Gerencia de Empresas, mención Gerencia Financiera;
Economista;
Universidad de Sucre;
Sincelejo, Colombia;

✉ alberto.castellano@unisucre.edu.co

ID <https://orcid.org/0000-0003-0824-3202>

Alcides Javier López Zambrano

Magíster en Derecho Constitucional;
Abogado de Los Juzgados y Tribunales de La República;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ alcidez.lopez@unesum.edu.ec

ID <https://orcid.org/0000-0002-7400-3939>

Aldry Joao Torres Pihuave

Egresado Licenciatura en Turismo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ torres-aldry9569@unesum.edu.ec

ID <https://orcid.org/0009-0001-3858-8108>

Alex Emilio Baque Suarez

Estudiante de la Carrera de Turismo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ suarez-alex3050@unesum.edu.ec

ID <https://orcid.org/0009-0002-2172-908X>

Alexandra Elsy Pita Lino

Magíster en Gerencia Educativa;
Licenciada en Ecoturismo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ alexandra.pita@unesum.edu.ec

ID <https://orcid.org/0000-0001-6405-7450>

Anthony Jahir Pillasagua Suarez

Facultad de Ciencias Económicas,
Carrera de Turismo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

pillasagua-anthony4067@unesum.edu.ec

ID <https://orcid.org/0009-0001-9037-0886>

Ariana Alejandra Baque Parrales

Egresado Licenciatura en Turismo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ baque-ariana9707@unesum.edu.ec

ID <https://orcid.org/0009-0001-7429-5564>

Boris Miguel López Vera

Máster Universitario en Gestión Internacional del Turismo mención en Gestión
Internacional de Destinos Turísticos;
Ingeniero en Administración Hotelera y Turística;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ boris.lopez@unesum.edu.ec

ID <https://orcid.org/0000-0003-4852-5052>

Bryan José Navarrete Cedeño

Egresado Carrera de Turismo,
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ bryanbj042016@gmail.com

🆔 <https://orcid.org/0009-0005-2508-1155>

Cesar Alfredo Aguilar Cano

Magíster en Desarrollo Local;
Ingeniero en Auditoria;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ cesaralfredo.aguilar@unesum.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0000-0001-8325-2446>

Cinthia Roxana Delgado Córdova

Facultad de Ciencias Económicas,
Carrera de Turismo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ delgado-cinthia2637@unesum.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0009-0005-3697-8233>

Diana Patricia Gallardo Dueñas

Magíster en Planificación y Gestión de
Proyectos Agro-Turísticos y Ecológicos;
Diploma Superior en Gestión Cultural;
Doctora en Ciencias Sociales mención: Gerencia;
Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ diana.gallardo@unesum.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0000-0001-7016-0702>

Doris Lilibeth Mantuano Ruiz

Estudiante de la Carrera de Turismo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ mantuano-doris9678@unesum.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0009-0008-7619-0900>

Douglas Herman Chilán Quimis

Maestría en Docencia Universitaria e Investigación Educativa;

Biólogo;

Universidad Estatal del Sur de Manabí;

Jipijapa, Ecuador;

✉ douglas.chilan@gmail.com

ID <https://orcid.org/0000-0002-2202-8886>

Franklin Edmundo Pin Figueroa

Magíster en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales;

Ingeniero en Ecoturismo;

Universidad Estatal del Sur de Manabí;

Jipijapa, Ecuador;

✉ franklin.pin@unesum.edu.ec

ID <https://orcid.org/0000-0003-4908-4738>

German Francisco León Lara

Magíster en Gerencia Educativa;

Magíster en Medio Ambiente;

Licenciado en Ecoturismo;

Universidad Estatal del Sur de Manabí;

Jipijapa, Ecuador;

✉ german.leon@gmail.com

ID <https://orcid.org/0000-0001-5282-1044>

Gina Ximena Campozano Chiquito

Magíster en Administración Pública;

Ingeniera en Auditoría;

Universidad Estatal del Sur de Manabí;

Jipijapa, Ecuador;

✉ gina.campozano@unesum.edu.ec

ID <http://orcid.org/0000-0002-6542-3069>

Irving Armando Morales Ayón

Ingeniero en Ecoturismo;

Universidad Estatal del Sur de Manabí;

Jipijapa, Ecuador;

✉ moralesirving854@gmail.com

ID <https://orcid.org/0009-0004-4768-6828>

Martha Susana Choez Pesantes

Magíster en Gestión de Empresas Turísticas;
Ingeniera en Ecoturismo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador,

✉ martha.choez@unesum.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0000-0002-9296-010X>

Jessenia Monserrate Delgado Basurto

Egresada Carrera de Turismo; Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ delgado-jjessenia6780@unesum.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0009-0005-3697-8232>

Jessica Monserrate Valeriano Pincay

Egresada Carrera de Turismo; Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ valeriano-jessica4233@unesum.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0009-0001-3011-5875>

John Alfredo Muñoz García

Médico Veterinario Zootecnista;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ jhon.muniz@unesum.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0000-0003-1105-8809>

Juan Gabriel Rosero Alcívar

Magíster en Relaciones Internacionales mención en
Negociación y Cooperación Internacional;
Periodista;

Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ juan.rosero@unesum.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0000-0002-9003-7901>

Karen Nicole García Cevallos

Egresada Carrera de Turismo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ garcia-karen3178@unesum.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0009-0009-6048-9315>

Karla Cecilia Marin Arevalo

Facultad de Ciencias Económicas,
Carrera de Turismo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ marin-karla9063@unesum.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0009-0005-3697-8232>

Keila Andrea Baena Paternina

Universidad de Sucre;
Sincelejo, Colombia;

✉ keilitabaepater@gmail.com

🆔 <https://orcid.org/0009-0007-9584-7827>

Libia Soledad Ayón Villafuerte

Magíster en Planificación y Gestión de Proyectos Agroturísticos y Ecológicos;
Magíster en Educación y Desarrollo Social;
Doctora Dentro del Programa de Doctorado en Filosofía y Letras;
Ingeniera en Auditoría;

Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ soledad.ayon@unesum.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0000-0001-6422-0959>

Madeline Patricia Sornoza Castro

Egresado Licenciatura en Turismo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ sornoza-madeline1428@unesum.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0009-0008-4201-161X>

María Belén Baque Mugerza

Egresado Licenciatura en Turismo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ baque-maria1189@unesum.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0009-0008-4912-7906>

María José Marcillo Alcívar

Magíster en Intervención Social en las Sociedades del Conocimiento;
Licenciada en Trabajo Social;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ maria.marcillo@unesum.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0000-0002-7544-2933>

Martha Susana Choez Pesantes

Magíster en Gestión de Empresas Turísticas;
Ingeniera en Ecoturismo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ martha.choez@unesum.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0000-0002-9296-010X>

Martin Elias Fuentes Ramos

Investigador Independiente;
Guayaquil, Ecuador;

✉ martineliasfuentesramos@gmail.com

🆔 <https://orcid.org/0009-0008-2024-1836>

Melissa Yuleyma Santana Mendoza

Egresado Licenciatura en Turismo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ santana-melissa4688@unesum.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0009-0003-1981-3060>

Michael Alexander Fernández Menoscal

Egresado Carrera de Turismo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ fernandez-michael5492@unesum.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0009-0001-5909-9039>

Milenka Nicole Álava Zambrano

Egresado Licenciatura en Turismo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ alava-milenka5146@unesum.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0009-0005-3697-8232>

Na Gyun Yoon García

Magíster en Gestión de Proyectos;
Ingeniera Comercial;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ na.yoon@unesum.edu.ec

ID <https://orcid.org/0009-0004-0551-6249>

Noris Susana Macías Macías

Maestría en Economía del Desarrollo mención en Desarrollo Territorial;
Ingeniera en Comercio;
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí;
Manta, Ecuador;

✉ noris.macias@pg.ulead.edu.ec

ID <https://orcid.org/0009-0006-3450-1390>

Pedro Steven Moreira Cantos

Máster Universitario en Terapias Psicológicas de Tercera Generación;
Psicólogo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ pedro.moreira@unesum.edu.ec

ID <https://orcid.org/0009-0009-1641-6303>

Reynaldo Jose Vincés Rivas

Licenciado en Turismo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ reynaldojovinces123@gmail.com

ID <https://orcid.org/0009-0004-8523-3934>

Romina Stephania Saénz Veliz

Máster Universitario en Desarrollo Local e Innovación Territorial;
Ingeniera en Ecoturismo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ romina.saenz@unesum.edu.ec

ID <https://orcid.org/0000-0002-8006-0825>

Ronald Balón Baque

Licenciado en Turismo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ balon-ronald2420@unesum.edu.ec
ID <https://orcid.org/0009-0005-0783-9823>

Sonia Rosete Blandariz

Doctora - Programa de Desarrollo Sostenible
Conservativo de Bosques Tropicales,
Manejo Forestal y Turístico;
Ingeniero Forestal;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ sonia.rosete@unesum.edu.ec
ID <https://orcid.org/0000-0002-8596-5121>

Vanessa Teresa Santos Moreira

Magister en Planificación y Gestión de
Proyectos Agro-Turísticos y Ecológicos;
Periodista; Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ vanessa.santos@unesum.edu.ec
ID <https://orcid.org/0000-0002-0605-9754>

Yumileika Sulay Quimis Lascano

Licenciatura en Turismo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa, Ecuador;

✉ yumileika.quimis@unesum.edu.ec
ID <https://orcid.org/0000-0002-9674-3591>

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

REVISORES

ACADÉMICOS

Ana María Candell Saldarreaga

Máster Universitario en Dirección y Planificación de Turismo de la
Universitat De Girona; Licenciada en Turismo de la
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Coordinadora de Vinculación con la Sociedad
Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación
Universidad Técnica de Babahoyo
Babahoyo, Ecuador;

✉ acandell@utb.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0000-0002-7592-4940>

Johana Olaya Reyes

Magíster en Turismo mención Administración de Empresas Turísticas de la
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil;
Licenciada en Turismo y Hotelería de la Universidad de Guayaquil
Docente de la Carrera de Turismo
Coordinadora de la Comisión de Aseguramiento
de la Calidad de la Educación FCJSE
Universidad Técnica de Babahoyo;
Babahoyo, Ecuador;

✉ jolaya@utb.edu.ec

🆔 <https://orcid.org/0000-0003-1486-8217>

CATALOGACIÓN BIBLIOGRÁFICA

AUTORES:

Alberto Gregorio Castellano Montiel
Alicides Javier López Zambrano
Aldry Joao Torres Pihuave
Alex Emilio Baque Suarez
Alexandra Elsy Pita Lino
Anthony Jahir Pillasagua Suarez
Ariana Alejandra Baque Parrales
Boris Miguel López Vera
Bryan José Navarrete Cedeño
Cesar Alfredo Aguilar Cano
Cinthia Roxana Delgado Córdova
Diana Patricia Gallardo Dueñas
Doris Lilibeth Mantuano Ruiz
Douglas Herman Chilán Quimis
Franklin Edmundo Pin Figueroa

German Francisco León Lara
Gina Ximena Campozano Chiquito
Irving Armando Morales Ayón
Martha Susana Choez Pesantes
Jessenia Monserrate Delgado Basurto
Jessica Monserrate Valeriano Pincay
John Alfredo Muñoz García
Juan Gabriel Rosero Alcívar
Karen Nicole García Cevallos
Karla Cecilia Marin Arevalo
Keila Andrea Baena Paternina
Libia Soledad Ayón Villafuerte
Madeline Patricia Sornoza Castro
María Belén Baque Muguerza
María José Marcillo Alcívar

Martha Susana Choez Pesantes
Martin Elias Fuentes Ramos
Melissa Yuleyma Santana Mendoza
Michael Alexander Fernández Menoscal
Milienka Nicole Álava Zambrano
Na Gyun Yoon García
Noris Susana Macías Macías
Pedro Steven Moreira Cantos
Reynaldo Jose Vincen Rivas
Romina Stephania Saéñz Veliz
Ronald Balón Baque
Sonia Rosete Blandariz
Vanessa Teresa Santos Moreira
Yumileika Sulay Quimis Lascano

Título: Turismo: motor económico y custodio del patrimonio

Descriptor: Turismo; Patrimonio cultural; Organización y dirección de empresas; Cultura y tradiciones.

Código UNESCO: 5312.90 Economía Sectorial: Turismo

Clasificación Decimal Dewey/Cutter: 338.4791/C348

Área: Ciencias Turísticas

Edición: 1^{ra}

ISBN: 978-9942-678-06-5

Editorial: SaberEC, 2024

Ciudad, País: Quito, Ecuador

Formato: 148 x 210 mm.

Páginas: 167

DOI: <https://doi.org/10.26820/978-9942-678-06-5>

URL: <https://repositorio.saberec5.com.ec/index.php/saberec/catalog/book/12>

Texto para docentes y estudiantes universitarios

El proyecto didáctico: **Turismo: motor económico y custodio del patrimonio**, es una obra colectiva escrita por varios autores y publicada por SaberEC; publicación revisada bajo la modalidad de pares académicos y por el equipo profesional de la editorial siguiendo los lineamientos y estructuras establecidos por el departamento de publicaciones de SaberEC en la ciudad de Quito, Ecuador.

© Reservados todos los derechos. La reproducción parcial o total queda estrictamente prohibida, sin la autorización expresa de los autores, bajo sanciones establecidas en las leyes, por cualquier medio o procedimiento.



Usted es libre de:
Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato.
Adaptar — remezclar, transformar y construir a partir del material para cualquier propósito, incluso comercialmente.

Directora Académica: Ab. Luz Argoti

Dirección Central SABEREC: Sector Ponceano Alto, Edificio Miraflores

Editor de Arte y Diseño: Lic. Eduardo Flores, Arq. Alfredo Díaz

Corrector de estilo: Lic. Marcelo Acuña Cifuentes

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Índices

Contenidos



SABEREC 5.0

Prólogo ----- 25
 Introducción----- 27

Sección 1.

Gestión del producto turístico para el impulso y diversificación de la economía

Capítulo I.

Procedimiento metodológico para el diseño de productos turísticos rurales en la parroquia Puerto Cayo ----- 29
Martha Susana Choez Pesantes
Jessica Monserrate Valeriano Pincay

Capítulo II.

Turismo gastronómico como alternativa de desarrollo en la ciudad de Portoviejo ----- 50
Libia Soledad Ayón Villafuerte
Jessenia Monserrate Delgado Basurto

Capítulo III.

Importancia de la satisfacción al cliente en los servicios de restauración de la parroquia Crucita----- 64
Pita Lino Alexandra Elsy
Reynaldo Jose Vinces Rivas
Irving Armando Morales Ayón

Capítulo IV.

Diseño de ruta turística para el desarrollo turístico de la comunidad El Junco y La Laguna, provincia de Manabí----- 75
Bryan José Navarrete Cedeño
Boris Miguel López Vera

Capítulo V.

Análisis económico del flujo de visitantes de los centros recreacionales y su importancia en la economía ----- 98
Alcides Javier López Zambrano
Karen Nicole García Cevallos
Martha Susana Choez Pesantes

Capítulo VI.

Elaboración de estrategias innovadoras en la
administración turística en la parroquia La Unión ----- 114

Gina Ximena Campozano Chiquito

Na Gyun Yoon García

Michael Alexander Fernández Menoscal

Capítulo VII.

Turismo accesible: Proyectos que garantizan
accesibilidad para todos ----- 125

Na Gyun Yoon García

Pedro Steven Moreira Cantos

Gina Ximena Campozano Chiquito

Capítulo VIII.

Café y turismo: una relación estratégica para el
desarrollo económico en la zona sur de Manabí y el cantón Jipijapa---- 137

Cesar Alfredo Aguilar Cano

Capítulo IX.

Construcción de un futuro inclusivo
y sostenible: El papel del trabajo social en la conservación cultural ---- 149

María José Marcillo Alcívar

John Alfredo Muñiz García

Capítulo X.

Estrategias de marketing en el posicionamiento
de Olón en el mercado turístico ----- 159

Juan Gabriel Rosero Alcívar

Ronald Balón Baque

Capítulo XI.

Los principios de la política turística y su incidencia
en la gestión del desarrollo local en la unión, Jipijapa ----- 178

Libia Soledad Ayón Villafuerte

Delgado Córdova Cinthia Roxana

Marín Arevalo Karla Cecilia

Pillasagua Suarez Anthony Jahir

Capítulo XII.

Identidad cultural y su aporte al desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Portoviejo----- 190
Martha Susana Choez Pesantes
Doris Lilibeth Mantuano Ruiz

Sección 2.

Patrimonio cultural y natural para la sostenibilidad en el turismo

Capítulo XIII.

Identificación de las manifestaciones culturales como potencial patrimonio cultural inmaterial: caso Pajan----- 212
Vanessa Teresa Santos Moreira
Aldry Joao Torres Pihuave

Capítulo XIV.

Valor cultural y jerarquización de los atractivos turísticos en un destino cultural y costero----- 227
Romina Stephania Saénz Veliz
Madeline Patricia Somoza Castro
Sonia Rosete Blandariz
Franklin Edmundo Pin Figueroa

Capítulo XV.

Saberes ancestrales y su importancia en la identidad cultural de la parroquia Sucre de 24 de Mayo----- 242
Libia Soledad Ayón Villafuerte
Milenka Nicole Álava Zambrano

Capítulo XVI.

Puesta en valor y de la importancia del patrimonio arqueológico del arqueo museo Hojas Jaboncillo----- 254
Vanessa Teresa Santos Moreira
Melissa Yuleyma Santana Mendoza

Capítulo XVII.

Promoción turística de los recursos culturales del recinto Chade----- 270
Diana Patricia Gallardo Dueñas
Ariana Alejandra Baque Parrales

Capítulo XVIII.

Identificación y valoración de los atractivos turísticos que posee la cabecera cantonal Montecristi -----	282
<i>German Francisco León Lara</i>	
<i>María Belén Baque Muguera</i>	

Capítulo XIX.

Análisis del ecoturismo en la conservación de flora y fauna en la Reserva Pacoche-----	302
<i>Alex Emilio Baque Suarez</i>	
<i>Chilán Quimis Douglas Herman</i>	

Capítulo XX.

Importancia cultural de los mamíferos terrestres para fomentar un turismo de vida silvestre -----	311
<i>Sonia Rosete Blandariz</i>	
<i>Romina Stephania Saénz Veliz</i>	
<i>Yumileika Sulay Quimis Lascano</i>	

Capítulo XXI.

Determinantes de desarrollo turístico en el departamento de Sucre ---	329
<i>Martin Elias Fuentes Ramos</i>	
<i>Keila Andrea Baena Paternina</i>	

Capítulo XXII.

El turismo como fuente de desarrollo económico de los habitantes del cantón Jaramijó provincia Manabí en el período 2021-2022-----	340
<i>Alberto Gregorio Castellano Montiel</i>	
<i>Noris Susana Macías Macías</i>	

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Índices

Figuras



SABEREC 5.0

Figura 1. Metodología para el desarrollo de productos turísticos rurales	30
Figura 2. Proceso de elaboración del inventario turístico-----	72
Figura 3. Herramientas del Marketing digital-----	73
Figura 4. Etapas de la encuesta para el desarrollo del diagnóstico de estudio-----	77
Figura 5. Ruta turística El encanto Manaba.-----	82
Figura 6. Logo de la ruta turística encanto Manaba.-----	82
Figura 7. Folleto digital promocional de la ruta turística encanto Manaba.-----	83
Figura 8. Folleto digital promocional de la ruta turística encanto Manaba.-----	83
Figura 9. Nivel de conocimiento sobre la política pública de turismo accesible e inclusivo en Ecuador -----	124
Figura 10. Categorías de discapacidad crees que requiere más atención en el turismo accesible en Manabí-----	124
Figura 11. Mapa de la parroquia La Unión -----	176
Figura 12. Aspectos claves para las actividades culturales turísticas ---	197
Figura 13. Distribución de las actividades turísticas con relación a los informantes claves (IC).-----	230
Figura 14. Distribución de las actividades turísticas con relación a cada atractivo turístico.-----	231
Figura 16. Identificar los saberes ancestrales de la parroquia Sucre de 24 de Mayo-----	241
Figura 17. Ficha registra 7 saberes ancestrales de la parroquia Sucre de 24 de Mayo-----	242
Figura 18. Manifestaciones culturales -----	243
Figura 19. Actividades de desarrollo cultural -----	244
Figura 20. Fiesta religiosa que realizan en honor a San Ignacio de Loyola -----	244
Figura 21. Diseñar estrategias de desarrollo cultural -----	245
Figura 22 .Ciudad de origen-----	268
Figura 23. Rango de edad -----	268
Figura 24. Implementación de un sitio web turístico -----	269
Figura 25. Contenido del sitio web-----	269
Figura 26. Actualización de información en el sitio web -----	269
Figura 27. Sitio web para obtener información turística-----	270
Figura 28. Visualización de publicidad del recinto Chade -----	270
Figura 29. Pago o reservación en el sitio web -----	270
Figura 30. Página principal del sitio web-----	272

.....

Figura 31. Recursos turísticos identificados del recinto Chade-----	272
Figura 32 Mapa de identificación de los atractivos -----	283
Figura 33. GAD, 2022 Montecristi -----	284
Figura 34. Análisis de la procedencia del turista -----	286
Figura 35. Porcentaje en relación a la motivación de viaje-----	287
Figura 36. Estadística del hospedaje en el cantón -----	287
Figura 37. Datos del sitio en el que suele hospedarse-----	288
Figura 38. Estadísticas de los atractivos que generan mayor interés -----	288
Figura 39. Distribución de las especies y su contribución a las categorías de uso. -----	314
Figura 40. Dificultades que Han Identificado Para el Desarrollo del Sector Turístico -----	328
Figura 41. Impacto del Turismo en la Economía del Departamento -----	329
Figura 42. Importancia de los Servicios Públicos en la Calidad de los Servicios Turísticos-----	330

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Índices

Tablas



SABEREC 5.0

Tabla 1. Atractivos turísticos-----	31
Tabla 2. Planta turística -----	31
Tabla 3. ¿Cuál es su principal motivación al visitar la parroquia Puerto Cayo? -----	32
Tabla 4. Considera usted que el diseñar un producto turístico rural es una alternativa para el desarrollo turístico de la parroquia Puerto Cayo -----	33
Tabla 5. ¿Qué producto o servicio consume regularmente cuando visita la parroquia Puerto Cayo?-----	33
Tabla 6. ¿Qué actividad turística le gustaría realizar en la parroquia Puerto Cayo?-----	34
Tabla 7. Presupuesto de la feria gastronómica -----	37
Tabla 8. Inventario de platos típicos-----	48
Tabla 9. Rango y jerarquía de Atractivos Turísticos -----	73
Tabla 10. Descripción de Jerarquización de atractivos turísticos -----	73
Tabla 11. Resultado de las fichas de inventariado de los Atractivos turísticos de la comunidad el Junco y La laguna. -----	74
Tabla 12. Etapas y sus interrogantes-----	77
Tabla 13 Diagnóstico de la preferencia de la población de estudio para el desarrollo de la ruta turística.-----	78
Tabla 14. Análisis situacional del entorno turístico de la Comunidad La laguna (FODA)-----	80
Tabla 15. Análisis situacional del entorno turístico de la Comunidad El junco (FODA) -----	80
Tabla 16. Itinerario de la Ruta Encanto Manaba.-----	83
Tabla 17. Ficha de Identificación del Centro Recreacional Montesito----	97
Tabla 18. Ficha de Identificación del Centro Turístico Sonita -----	98
Tabla 19. Ficha de Identificación de la Quinta La Iguana -----	99
Tabla 20. Variables, Conceptos y Referencias Bibliográficas -----	158
Tabla 21. Datos Generales de La Unión de Jipijapa-----	175
Tabla 22. Inventario Turístico de Recursos Naturales de La Unión de Jipijapa-----	176
Tabla 23. Inventario Turístico de Recursos Culturales de La Unión de Jipijapa-----	176
Tabla 24. Bases teóricas de la gestión turística -----	179
Tabla 25. Diagnóstico de la gestión pública del turismo en La Unión -----	180
Tabla 26. Hallazgo de la investigación-----	181

Tabla 27. Capacitaciones para fortalecer la identidad cultural de Portoviejo -----	197
Tabla 28. ¿Qué manifestación cultural considera muy importante y representativa para la localidad? -----	214
Tabla 29. ¿Hace cuánto tiempo tiene conocimiento sobre la importancia de las manifestaciones culturales del cantón Paján? ----	214
Tabla 30. Según su criterio ¿Se debería declarar como patrimonio cultural inmaterial a las manifestaciones culturales que posee el cantón?-----	215
Tabla 31. Valoración cualitativa -----	215
Tabla 32. Indicadores de los atractivos turísticos en Puerto López. ----	227
Tabla 34 Valores patrimoniales del Arqueo museo -----	253
Tabla 35 Uso de valor del Arqueo museo-----	253
Tabla 36 ¿Cómo conoció el Arqueo-museo Hojas Jaboncillo? -----	254
Tabla 37 Valor Patrimonial del Arqueo-museo -----	255
Tabla 38 Uso de Valor del Arqueo-museo-----	255
Tabla 39 Entrevista al Arqueol. Juan Jijón-----	256
Tabla 40 Entrevista al Ing. Dany Ávila -----	257
Tabla 41 Entrevista al Arqueol. Esteban Acosta-----	257
Tabla 42 Entrevista al Arq. Andrés Rivera-----	258
Tabla 43 Uso de valores según Feilden y Jokilehto (2003)-----	259
Tabla 44. Atractivos Turísticos de la cabecera cantonal Montecristi-----	281
Tabla 45. Valoración de criterios de los atractivos turísticos -----	284
Tabla 46. Valoración de criterios de los atractivos turísticos -----	285
Tabla 47. Servicios ofertados en la cabecera cantonal de Montecristi---	288
Tabla 48. Categorías de usos turísticos asignadas para las actividades turísticas. -----	309
Tabla 49. Listado de las especies de mamíferos de Jipijapa, Manabí, Ecuador. Endemismo. -----	310
Tabla 50. Número de informes de usos (UR) y porcentaje de categorías de uso. -----	312
Tabla 51. Evaluación de los mamíferos terrestres útiles para el turismo.-----	315
Tabla 52. Distribución entre los usos turísticos, las especies y los informantes claves.-----	317
Tabla 53. Estadística descriptiva de los resultados obtenidos con cuatro índices cuantitativos. -----	318
Tabla 54. Detalle de las técnicas en instrumentos según las dimensiones e indicadores de las variables.-----	336

.....

Tabla 55. Resultados a la pregunta: ¿Con qué frecuencia realiza actividades turísticas? -----	339
Tabla 56. Resultados a la pregunta: ¿Cuándo realiza turismo, con cuantas personas va acompañado? -----	339
Tabla 57. Resultados a la pregunta: ¿Cuántos días dedica a sus actividades turísticas? -----	340
Tabla 58. Resultados a la pregunta: ¿Qué servicios utiliza cuando realiza turismo? -----	340
Tabla 59. Resultados a la pregunta: ¿Cuánto destina aproximadamente a sus actividades turísticas?-----	341
Tabla 60. Ventas por actividad del Sector Turismo -----	350
Tabla 61. Estimación de las variables económicas a causa de la creación de asociaciones para la gastronomía, transporte y comercio en el cantón de Jaramijó. -----	356

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Prólogo



SABEREC 5.0

En un mundo cada vez más globalizado y con una creciente conciencia sobre los desafíos ambientales y sociales, el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes a nivel mundial. Sin embargo, el crecimiento desenfrenado del turismo ha generado una serie de problemas, como la degradación ambiental, la pérdida de la diversidad cultural y la inequidad social. Ante este escenario, el turismo sostenible emerge como una alternativa que busca conciliar los intereses económicos, sociales y ambientales.

Este libro, fruto de una rigurosa investigación llevada a cabo por un equipo multidisciplinario de la Universidad Nacional Estatal del Sur de Manabí, se adentra en el complejo mundo del turismo sostenible, con un enfoque particular en la región. A través de una serie de estudios de caso detallados y análisis profundos, exploramos las diversas facetas de este fenómeno, desde la planificación y gestión de destinos turísticos hasta la creación de productos turísticos sostenibles, pasando por la participación de las comunidades locales y la conservación del patrimonio natural y cultural.

Nuestra intención es ofrecer al lector una visión integral y actualizada del turismo sostenible, así como brindar herramientas prácticas para promover un desarrollo turístico más responsable y equitativo. Este libro está dirigido a un público amplio, incluyendo académicos, estudiantes, profesionales del turismo, tomadores de decisiones políticas y cualquier persona interesada en el futuro del turismo y su impacto en el planeta.

A lo largo de las páginas de este libro, encontrarás una serie de preguntas clave que guían nuestra investigación: ¿Cómo podemos promover un desarrollo turístico que beneficie a las comunidades locales sin comprometer los recursos naturales y culturales? ¿Qué papel juegan las políticas públicas en la promoción del turismo sostenible? ¿Cómo pueden las empresas turísticas adoptar prácticas más sostenibles? ¿Qué papel desempeñan los turistas en la construcción de un turismo más responsable?

Creemos que este libro constituye una valiosa contribución al conocimiento sobre el turismo sostenible y esperamos que inspire a otros a trabajar por un futuro más sostenible y equitativo.

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Introducción



SABEREC 5.0

El turismo, como actividad económica y social, ha experimentado un crecimiento exponencial en las últimas décadas, transformando paisajes, culturas y economías a escala global. Sin embargo, este crecimiento no siempre ha sido sostenible, generando una serie de impactos negativos en el medio ambiente y en las comunidades locales. La sobreexplotación de los recursos naturales, la pérdida de biodiversidad, la contaminación, la erosión cultural y la desigualdad social son algunos de los problemas asociados al turismo no sostenible.

Ante este escenario, el turismo sostenible emerge como una alternativa que busca conciliar los intereses económicos, sociales y ambientales. El turismo sostenible se define como aquel que maximiza los beneficios sociales y económicos para las comunidades locales, al tiempo que conserva los recursos naturales y culturales para las generaciones futuras. Este enfoque implica una gestión responsable de los destinos turísticos, la participación activa de las comunidades locales, la promoción de la cultura local y la preservación del medio ambiente.

Este libro se centra en el análisis del turismo sostenible en la región, una zona con un gran potencial turístico que se le adjudica a la república ecuatoriana, pero que también enfrenta importantes desafíos. A través de una serie de estudios de caso detallados, exploramos las diversas facetas del turismo sostenible en esta región, desde la planificación y gestión de destinos turísticos hasta la creación de productos turísticos sostenibles, pasando por la participación de las comunidades locales y la conservación del patrimonio natural y cultural.

Los objetivos principales de este libro son:

- Analizar el contexto socioeconómico y ambiental de Manabí y su relación con el turismo.
- Identificar las oportunidades y los desafíos del turismo sostenible en la región.
- Evaluar las políticas públicas y las iniciativas privadas en materia de turismo sostenible.
- Proponer estrategias para promover un desarrollo turístico más sostenible y equitativo.

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo I

Procedimiento metodológico para el
diseño de productos turísticos rurales
en la parroquia Puerto Cayo

AUTORES: Martha Susana Choez Pesantes; Jessica Monserrate Valeriano Pincay



SABEREC 5.0

Resumen

El diseño de productos turísticos es un proceso de planificación estratégica para los destinos rurales que saben aprovechar el gran potencial turístico. No obstante, este resumen destaca la importancia de un enfoque metodológico estructurado para crear experiencias auténticas y creativas en el entorno rural de la parroquia Puerto Cayo, por esta razón la presente investigación tiene como objetivo elaborar un procedimiento metodológico para el diseño de productos turísticos rurales en la parroquia Puerto Cayo, lo cual permitirá crear o diseñar una feria gastronómica con la finalidad de aprovechar el turismo rural de este lugar. La metodología aplicada en este estudio se basa en una revisión literaria de la investigación cualitativa y cuantitativa lo que permitió aplicar métodos como el analítico, estadístico, sintético e inductivo, así como técnicas del branding que permitieron conocer las fases para el procedimiento metodológico en el diseño de productos turísticos rurales y la aplicación de la encuesta que tiene como fin conocer el perfil de los turistas. Los resultados obtenidos permitieron establecer una metodología para desarrollar productos turísticos rurales en la parroquia Puerto Cayo, por la cual, se estudiaron los principales problemas existentes analizándolos para de esta manera llegar a la conclusión de que si es posible diseñar un producto turístico rural en la parroquia Puerto Cayo con la finalidad de impulsar el turismo de esta zona.

Palabras claves: turismo rural, planificación, diseño, potencial turístico, producto.

Abstract

The design of tourism products is a strategic planning process for rural destinations that know how to take advantage of the great tourism potential. However, this summary highlights the importance of a structured methodological approach to create authentic and creative experiences in the rural environment of the Puerto Cayo parish, for this reason the present research aims to develop a methodological procedure for the design of rural tourism products in the Puerto Cayo parish, which will allow the creation or design of a gastronomic fair with the purpose of taking advantage of rural tourism in this place. The methodology applied in this study is based on a literary review of qualitative and quantitative research, which allowed the application of methods such as analytical, statistical, synthetic and inductive, as well as branding techniques that allowed us to know the phases for the methodological procedure in the design. of rural tourism products and the application of the survey that aims to know the profile of tourists. The results obtained allowed establishing a metho-

dology to develop rural tourism products in the Puerto Cayo parish, for which the main existing problems were studied, analyzing them in order to reach the conclusion that it is possible to design a rural tourism product in the parish. Puerto Cayo with the purpose of promoting tourism in this area.

Keywords: rural tourism, planning, design, tourism potential, product.

Introducción

En la actualidad el turismo es una de las tendencias que permite crear experiencias turísticas a los turistas con la finalidad de conocer o adquirir productos turísticos de acuerdo a sus necesidades y expectativas en un destino, en este sentido, el diseñar un producto turístico rural no solo promueve el turismo responsable, sino asegura la conservación del entorno natural del destino.

Según el Servicio Nacional de Turismo (2015), menciona que desarrollar un producto turístico para las comunidades son muy importantes ya que mejora la interacción del turismo con otros destinos competitivos, además de brindar un aporte al desarrollo local de la comunidad lo que permite comprender el ciclo de vida del producto turístico con la finalidad de ofrecer productos a nuevos segmentos del mercado de acuerdo a las percepciones turísticas del lugar.

En el turismo las nuevas exigencias sociales, económicas y ambientales son necesarios para el diseño de productos turísticos ya que permite el desarrollo local (Ramírez, 2019). El turismo rural ofrece una oportunidad única para diversificar la economía local, generación de empleo y preservar las tradiciones culturales y los recursos naturales. Este enfoque turístico pone en énfasis la sostenibilidad, la autenticidad y la participación activa de la comunidad, ya que al diseñar productos turísticos rurales es necesario adoptar una metodología estructurada que se considere esencial tanto para las características y necesidades locales como la de la demanda del mercado turístico.

La Cooperación Suiza (2014), sostiene que los productos turísticos son componentes tangibles e intangibles que se encuentran conformados por recursos o atractivos, infraestructura, actividades culturales, recreativas y turísticas y valores simbólicos e imágenes, componentes que tienen como fin satisfacer las necesidades, expectativas y motivaciones con el propósito de tener o llevar a cabo una experiencia turística por parte de la demanda.

De la misma manera, Fontur Colombia (2014), señala lo siguiente: "un producto para que sea interesante en el mercado es necesario que cumpla con las condiciones propuesta por parte de la planificación realizada, así

como en las expectativas y necesidades de la demanda y de la comunidad receptora del lugar, entre otras facilidades que permiten el desarrollo turístico y económico con el fin de aprovechar el turismo y los aspectos intrínsecos de cada producto”.

En este caso, el diseño de productos turísticos rurales implica la creación y organización de experiencias y servicios destinados a atraer a los turistas a áreas rurales. Este tipo de turismo busca ofrecer una alternativa a los destinos urbanos y de playa, promoviendo el desarrollo económico y sostenible de las comunidades rurales.

Ecuador es un país megadiverso, por la cual existen lugares con potenciales turísticos, pero poco desarrollados por la mala gestión y planificación de las diversas organizaciones que integran los destinos. Sin embargo, el diseñar un producto turístico en Ecuador es un proceso que busca aprovechar la riqueza natural y cultural del país, promoviendo el turismo sostenible y responsable en las zonas rurales, convirtiéndose en una importante alternativa para el desarrollo económico y turístico. Por tal motivo, los productos turísticos rurales no solo brindan la oportunidad de explorar y disfrutar de entornos naturales impresionantes, sino que también promueve la preservación de las tradiciones culturales y el patrimonio local (Ayala, Moncayo y Sosa, 2021).

La parroquia Puerto Cayo es una localidad con potencial turístico, sin embargo, enfrenta desafíos socioeconómicos y turísticos que requieren estratégicamente promover el desarrollo local. Por lo cual, el diseño de un producto turístico rural permitirá que se fomente el turismo y el desarrollo socioeconómico para de esta manera aprovechar sus recursos naturales y culturales, que fomenten nuevos productos turísticos rurales y que involucren a la participación comunitaria generando así ingresos económicos que beneficien a Puerto Cayo.

El diseño de productos turísticos rurales en la parroquia Puerto Cayo es un tema de creciente interés debido a su potencial para impulsar el desarrollo económico y social de la región. Este enfoque se basa en la creación de experiencias turísticas auténticas que aprovechan los recursos naturales, culturales y gastronómicos locales, promoviendo un turismo sostenible y responsable.

El “Procedimiento metodológico para el diseño de productos turísticos rurales en la parroquia Puerto Cayo” tiene como objetivo establecer una guía sistemática que facilite la creación de productos turísticos sostenibles y atractivos para visitantes, mientras se promueve la participación de la comunidad local. Esta metodología considera aspectos clave como el análisis de recursos

naturales y culturales, la identificación de la demanda turística, la evaluación de infraestructura existente y la implementación de estrategias de marketing adecuadas (Gómez, 2014).

A través de la aplicación de este procedimiento, se busca no solo aumentar la afluencia de turistas, sino también garantizar que los beneficios económicos, sociales y ambientales derivados del turismo sean equitativamente distribuidos entre los habitantes de la parroquia. De esta manera, se aspira a fomentar un turismo responsable que contribuya al bienestar comunitario y a la conservación del entorno natural y cultural de Puerto Cayo.

A lo largo de los años el diseño de un producto turístico se ha convertido en una estrategia clave para diversificar la oferta turística y fomentar el desarrollo sostenible en áreas rurales. Este enfoque no solo busca atraer a turistas en busca de experiencias auténticas y cercanas a la naturaleza, sino también revitalizar economías locales que pueden estar en declive. Al integrar recursos naturales y culturales propios de las regiones rurales, se pueden crear productos turísticos únicos que ofrecen valor tanto a los visitantes como a las comunidades anfitrionas.

El marketing y la promoción de estos productos requieren una estrategia bien pensada que utilice tanto canales tradicionales como digitales. Las redes sociales, los blogs de viajes y las colaboraciones con influencers son herramientas eficaces para llegar a un público más amplio. Al mismo tiempo, la colaboración con agencias de viajes y operadores turísticos puede ayudar a posicionar mejor el destino en el mercado. En conjunto, estos elementos forman la base de un producto turístico rural que no solo atrae a turistas, sino que también contribuye al bienestar y desarrollo de la comunidad local.

De acuerdo con Ricaurte (2015), indica que la elaboración de los productos turísticos son parte importante de las actividades del marketing operativo de una región con la finalidad de aprovechar los recursos y potencialidades que tiene cada destino, así como satisfacer las necesidades de la demanda con el fin de mantener un desarrollo sostenido en la industria turística. En este contexto, el desarrollo de productos turísticos rurales en Puerto Cayo se presenta como una oportunidad para posicionar a la parroquia como un destino, atractivo y sostenible, ofreciendo a los turistas una inmersión en la riqueza y diversidad de su entorno natural y cultural.

De acuerdo a lo antes mencionado, este estudio constituye un aporte significativo a la oferta y demanda de la parroquia, puesto que se buscan integrar de manera responsable nuevos productos turísticos innovadores que no

afecten a los recursos a diferencia de los de sol y playa, asimismo la creación de productos turísticos busca beneficiar económicamente a las comunidades de la parroquia. Por esta razón, se propone desarrollar una metodología para el diseño de productos turísticos rurales con la finalidad de fortalecer el turismo de la parroquia, así como también mejorar la oferta, el turismo rural y el flujo continuo de los visitantes para de esta manera contribuir al desarrollo socioeconómico de la parroquia Puerto Cayo. No obstante, a través de esta metodología, se busca transformar a Puerto Cayo en un destino turístico rural atractivo y competitivo, que ofrezca experiencias únicas a los visitantes y beneficios tangibles a la comunidad local.

El diseño de un producto turístico rural en la parroquia de Puerto Cayo, ubicada en la costa de Ecuador, ofrece una oportunidad única para combinar la belleza natural de la región con su rica cultura y tradiciones locales. Puerto Cayo, conocida por sus impresionantes playas y biodiversidad marina, puede convertirse en un destino atractivo para aquellos que buscan experiencias auténticas y sostenibles lejos del turismo de masas. La planificación y desarrollo de productos turísticos en esta parroquia deben centrarse en resaltar estos aspectos distintivos y en promover el desarrollo local de manera equilibrada.

Un primer paso crucial en el diseño de un producto turístico en Puerto Cayo es identificar y valorar los recursos naturales y culturales de la zona. Las playas vírgenes, la observación de ballenas, y los arrecifes de coral son algunos de los atractivos naturales que pueden ser integrados en la oferta turística. Además, las tradiciones de pesca artesanal y la gastronomía local, basada en mariscos frescos, ofrecen experiencias únicas que pueden atraer a turistas interesados en la cultura y el estilo de vida costero. Colaborar con los residentes locales para desarrollar actividades turísticas, como tours de pesca y clases de cocina, puede enriquecer la experiencia del visitante y generar ingresos adicionales para la comunidad.

Metodología

Puerto Cayo se encuentra situada al suroeste de la Provincia de Manabí y a 30 minutos de la ciudad de Jipijapa. Esta zona rural cuenta con hermosas playas de arena blanca y mar azul, donde se pueden practicar diversas actividades como la pesca artesanal y observación de ballenas siendo un punto importante para la atracción turística de la localidad. La parroquia Puerto Cayo se encuentra limitada de la siguiente manera: Norte: Cantón Montecristi, Sur: Parroquia Machalilla hasta Salaite, Este: Cantón Jipijapa, Oeste: Océano Pací-

fico. El clima de esta parroquia es de 18°C a 20°C, además, está dividido por dos corrientes de agua fría llamada Humboldt y cálida del niño.

La población de este lugar es de 3, 642, por lo cual evidencia que casi el 80% se dedica al por completo a actividades como la pesca y la agricultura, dejando de un lado el turismo de la parroquia. No obstante, la parroquia carece de necesidades básicas siendo este el principal problema para que no se desarrolle el turismo en esta localidad. No obstante, la parroquia Puerto Cayo presenta una diversa flora lo cual destacan especies como árboles de laurel, manglares y guayacanes, entre otros. En cuanto a la fauna se pueden encontrar una diversidad de especies faunísticas que están dividido en diversos grupos del reino animal los cuales son animales silvestres, reptiles y aves silvestres de la zona.

Por otra parte, la infraestructura que abarca esta área es deficiente ya que no existe una movilidad exacta, aunque sus calles se encuentren en buen estado en ciertos puntos de Puerto Cayo, asimismo el 87% de los habitantes tiene acceso a las diferentes líneas telefónicas e internet, no obstante, el 1% no disponen de comunicación.

De esta manera se tomó como ejemplo metodológico el trabajo de Ruiz, Castellanos, Díaz y Gámez (2022), que tiene por tema "Propuesta metodológica para el diseño de productos turísticos en el destino Cuba", mismo que brinda métodos e instrumentos para obtener información relevante para el diseño de productos turísticos.

En la estructuración metodológica se ha considerado métodos teóricos como el analítico-sintético y el inductivo, lo cual permitieron recabar toda la información a través de la revisión de literatura por medio de diversas fuentes bibliográficas, así como ver la experiencia de la información consultada, permitiendo ser instrumento de objeto de estudio y de esta manera tener una visión más amplia de los problemas existentes en las localidades turísticas. Asimismo, se aplicó el método estadístico, mismo que permitió estudiar e identificar a los potenciales turistas en cuanto a la necesidad de conocer deseos y preferencias sobre productos turísticos rurales.

Las técnicas utilizadas en este estudio son parte fundamental para el desarrollo de los resultados ya que se utilizó la técnica de la encuesta y del Branding a través de un mapa mental, lo cual permitió conocer las etapas de la metodología para la elaboración del diseño de un producto turístico rural.

Para determinar la demanda de la parroquia Puerto Cayo se tomó como muestra a 134 turistas o visitantes que llegan a este lugar, el fin de encuestar

y recolectar datos para dar seguimiento al proceso metodológico en el diseño de un producto turístico rural.

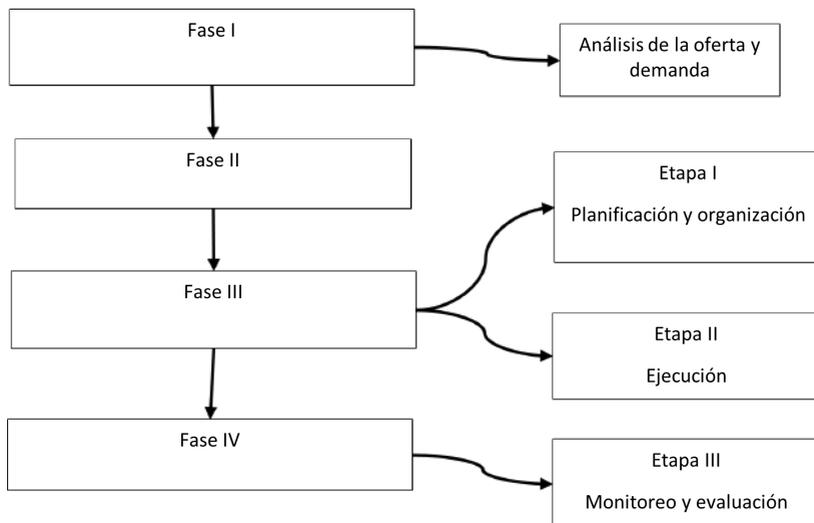
Según Figueroa, Cavazos y Moreno (2015) y Castillo (2015), mencionan que al realizar el proceso metodológico se deben considerar varios procesos generales para el desarrollo o diseño de productos turísticos rurales, por el cual se recolecto información con el fin de estudiar la demanda y oferta del área estudiada en la presente investigación.

Resultados

Actualmente llevar a cabo la responsabilidad de crear o diseñar productos turísticos para un destino ha permitido el desarrollo turístico de las localidades, Por lo tanto, se llevó a cabo el procedimiento metodológico para el diseño de productos turísticos rurales en la parroquia Puerto Cayo.

Figura 1.

Metodología para el desarrollo de productos turísticos rurales.



Esta propuesta metodológica se estructura en cuatro fases fundamentales: diagnóstico y análisis de la situación actual, definición de objetivos y estrategias, diseño de productos turísticos, implementación y control. Cada una de estas fases se desarrollan bajo un enfoque participativo y basado en datos, asegurando que las decisiones tomadas estén fundamentadas y alineadas con los objetivos del desarrollo sostenible de Puerto Cayo.

El procedimiento metodológico para el diseño de estos productos turísticos implica una serie de etapas que incluyen el diagnóstico del territorio, la participación activa de la comunidad local, la planificación de actividades turísticas, y la implementación de estrategias de promoción y comercialización. Este proceso no solo busca atraer visitantes, sino también garantizar que los beneficios del turismo se distribuyan equitativamente, fortaleciendo la identidad cultural y mejorando la calidad de vida de los residentes

Fase I. Diagnóstico y análisis de la situación actual

El diagnóstico es un proceso por el cual se identifica y se comprenden los factores y condiciones que afectan a un lugar determinado, por esta razón, el diagnóstico implica recolección y análisis de datos que determinen el estado actual, problemas o desafíos sobre alguna situación específica.

En esta fase se lleva a cabo la evaluación y caracterización del lugar de acuerdo al producto turístico que se vaya a establecer, además, permitirá conocer la oferta y demanda turística de la localidad con la finalidad de realizar inventarios turísticos que identifique y catalogue los atractivos turísticos naturales y culturales. Asimismo, se evalúan los análisis externos e internos para conocer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas por medio del análisis FODA, PEST O PESTEL.

Analizando la situación actual de la parroquia Puerto Cayo se menciona que es un destino apto para el turismo rural ya que desde sus orígenes y a lo largo del tiempo se ha desarrollado turísticamente como un destino de alto potencial. No obstante, esta localidad presenta una serie de problemas que van desde sus servicios básicos hasta su infraestructura, por tal motivo es importante desarrollar productos turísticos con la finalidad de gestionar y planificar la actividad turística que permita beneficiar e impulsar el turismo de esta zona.

De la misma manera, Puerto Cayo se encuentra ubicado estratégicamente en vías de alto flujo turístico, sin embargo, su accesibilidad es un poco incierta ya que no existen transportes que lleven a los turistas hasta la playa y otras comunidades de esta parroquia.

Análisis de la oferta y demanda turística

Análisis de la Oferta

La parroquia Puerto Cayo es un destino orientado a la práctica del turismo rural y de sol y playa, esto se debe a que este lugar se encuentra ubicado en una zona estratégica y recurrente de turistas nacionales y extranjeros en la Provincia de Manabí, quienes se dan el gusto de visitar y disfrutar de sus

recursos o atractivos turísticos que posee esta parroquia. En este destino se pueden realizar y practicar actividades turísticas y recreativas como lo son: la pesca artesanal, snorkel, camping y observación de ballenas en ciertas épocas del año entre otros, que son actividades que llaman la atención de los turistas.

Puerto Cayo además de ser conocido por sus hermosas playas, es reconocido por su excelente gastronomía que agradan el paladar de los turistas que visitan este destino. Asimismo, se pueden encontrar con diversos establecimientos que ofrecen comodidades y servicios para los turistas los cuales son establecimientos de alojamiento, de alimentación y bebidas. Sin embargo, estos establecimientos no se encuentran equipados en su totalidad presentando un déficit en la atención del servicio brindado al turista. A continuación, se presenta la oferta que ofrece esta parroquia:

Tabla 1.

Atractivos turísticos.

Atractivos turísticos	Descripción
Bosque Protector Cantagallo	El Bosque Protector de Cantagallo es un lugar que alberga 150 hectáreas de bosque seco de estructura arbórea arbustiva apto para actividades turísticas como caminatas, observación de flora y fauna.
Playa Boca de Cayo	Este lugar representa el color verde claro, con arena en suspensión, por la elevación hacia la planicie litoral que desemboca el Río Amargo del horizonte oceánico, de este modo se pueden observar alrededor de la playa extensiones de piscinas camarónicas.
Islote Pedernales	Este sitio está rodeado de acantilados y bosques secos tropical siendo parte del Parque Nacional Machalilla, además este atractivo alberga especies de pelicanos y fragatas.
Playa de Puerto Cayo	Esta playa es famosa por su clima cálido durante todo el año y por tener aguas cristalinas, arena suave y dorada, así mismo este lugar es perfecto para realizar actividades como la práctica de deportes acuáticos y caminar por el malecón mientras se disfruta de la brisa marina.

Tabla 2.

Planta turística.

Establecimiento	Modalidad	Clasificación	Categoría
La Cabaña	Alojamiento	Hostería	Tres estrellas
Cabalonga Ecoadventure	Alojamiento	Campamento Turístico	Única
Cayo Ecovillage	Alojamiento	Inmueble Habitacional	Única
Zavala's	Alojamiento	Hostal	Una estrella
Las Tanusas	Alojamiento	Hotel	Cuatro estrellas
Luz de Luna	Alojamiento	Hostería	Cuatro estrellas
Barandhua	Alojamiento	Hostal	Una estrella
Puerto Cayo Tours	Agencia de viajes	Operador turístico	
El Gringo	Alimentación y bebidas	Cafetería	Una taza
Dianita	Alimentación y bebidas	Restaurante	Un tenedor
Coco Playa	Alimentación y bebidas	Restaurante	Un tenedor
Bar Restaurante Par-men	Alimentación y bebidas	Restaurante	Un tenedor
Nicolle 2	Alimentación y bebidas	Restaurante	Un tenedor
Foca Dorada	Alimentación y bebidas	Restaurante	Dos tenedores
Doña Marce	Alimentación y bebidas	Restaurante	Dos tenedores
Olas del mar	Alimentación y bebidas	Restaurante	Un tenedor
Ocean Blue	Alimentación y bebidas	Restaurante	Un tenedor

Identificación de la Demanda turística

De la misma forma se realizaron preguntas de encuestas a los visitantes y turistas con el fin de entender las percepciones y expectativas turísticas de acuerdo a los productos turísticos.

Según los datos obtenidos por medio de la encuesta se puede evidenciar el perfil demográfico del turista por lo cual el 51% de las personas que viajan a Puerto Cayo son de género masculino de entre 18-25 años de nivel educativo superior y soltero. De la misma forma, el 83% de los encuestados son de nacionalidad ecuatoriana, por lo tanto, el 50% son turistas que viajan entre amigos cada año y el 40% está dispuesto a pagar 50\$ dólares por un producto turístico rural con la finalidad de poder satisfacer sus necesidades.

Tabla 3.

¿Cuál es su principal motivación al visitar la parroquia Puerto Cayo?.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Conocer los atractivos turísticos naturales y culturales	47	35%
Disfrutar de la gastronomía	53	39%
Realizar actividades deportivas, pesca artesanal y observación de ballenas	29	22%
Otros	5	4%
Total	134	100%

Para conocer la principal motivación de los turistas al visitar la parroquia Puerto Cayo fue necesario realizar la encuesta, por lo cual el 40% de las personas encuestadas mencionan que su principal motivación es disfrutar de la gastronomía que oferta el lugar, el 35% señalo que prefieren conocer los atractivos turísticos, mientras que el 22% se basan en realizar actividades deportivas, pesca artesanal y observación de ballenas, asimismo, el 4% escogen otras motivaciones para satisfacer sus necesidades.

Tabla 4.

Considera usted que el diseñar un producto turístico rural es una alternativa para el desarrollo turístico de la parroquia Puerto Cayo.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	105	78%
No	2	2%
Tal vez	27	20%
Total	134	100%

Según las personas encuestadas el 78% menciona que el diseñar un producto turístico rural es una alternativa muy importante para el desarrollo turístico de Puerto Cayo, evidenciando así que, si es posible desarrollar productos que beneficien al turismo del lugar y a sus comunidades, en fin.

Tabla 5.

¿Qué producto o servicio consume regularmente cuando visita la parroquia Puerto Cayo?.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Hospedaje	11	8%
Alimentación	64	48%
Actividades turísticas y recreativas	55	41%
Otros	4	3%
Total	134	100%

De acuerdo a los datos obtenidos el 48% de las personas encuestadas señalan que los productos o servicios turísticos que más consumen cuando viajan a Puerto Cayo es el de alimentación, el 41% son actividades turísticas y recreativas, el 8% consume hospedaje y el 3% prefieren consumir otros tipos de productos o servicios.

Tabla 6.

¿Qué actividad turística le gustaría realizar en la parroquia Puerto Cayo?.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Pesca Artesanal	11	8%
Observación de ballenas	33	25%
Asistir a ferias gastronómicas	54	40%
Ciclismo de montaña	12	9%
Senderismo o excursiones	19	14%
Otros	5	4%
Total	134	100%

Según los datos obtenidos, los encuestados mencionaron con el 40% que las actividades que le gustaría realizar son asistir a ferias gastronómicas con la finalidad de experimentar sensaciones que los motiven a visitar la parroquia. De esta manera el 25% prefieren observar ballenas que aparecen en ciertas épocas del año de mayor afluencia, el 14% prefiere realizar senderismo y excursiones en otros atractivos turísticos de Puerto Cayo, el 9% y 8% se derivan más por realizar ciclismo de montaña y pesca artesanal, mientras que el 4% prefieren realizar otro tipo de actividades que llamen su atención.

Fase II. Definición de objetivos y estrategias

Al establecer los objetivos claros y las estrategias fundamentadas, se puede asegurar que ese producto no solo sea atractivo o competitivo sino también sostenible y beneficioso para la localidad. Por este motivo es importante que se establezca una visión clara y objetiva para desarrollar el turismo rural y sostenible a través de la implementación de productos turísticos que brinden beneficios socioeconómicos a los destinos, por lo cual a continuación se toman las siguientes acciones para un mejor desarrollo local y turístico:

- **Visión y misión:** Definir una visión y misión para el desarrollo turístico de Puerto Cayo que refleje sus valores y potencialidades
- **Objetivos estratégicos:** En este punto es importante establecer objetivos específicos, alcanzables, relevantes con un tiempo determinado
- **Estrategias de desarrollo:** Diseñar estrategias para alcanzar los objetivos en este punto se puedan utilizar técnicas adecuadas que permitan la promoción del producto turístico rural.

Fase III. Diseño del producto turístico rural

El diseño de productos turísticos rurales implica una serie de etapas metodológicas que aseguran la creación de una nueva oferta adecuada a las características y necesidades del mercado turístico. En este caso, se diseñó un producto turístico rural basado en tres etapas: Planificación y Organización, Ejecución, Monitoreo y Evaluación del "Manual de organización de ferias" de Sagastume. Por lo tanto, se pretendió realizar el diseño de una feria gastronómica que ayude a fomentar el turismo rural de la parroquia Puerto Cayo.

Según Muñoz, Pérez y López (2014), señala que la gastronomía es la principal motivación por el cual las personas viajan a un destino por esta razón es importante realizar una feria gastronómica en esta localidad. De esta manera estos autores mencionan que una feria gastronómica en un destino rural da a conocer su marca y sus productos que oferta.

Etapa I. Planificación y organización de la feria

El diseño de este producto turístico rural permitirá promover sus productos locales y atraer el turismo gastronómico del sector. Al crear esta feria gastronómica, los turistas podrán disfrutar de la gastronomía y sus atractivos turísticos tanto culturales como naturales y de esta manera darle un mejor reconocimiento turístico al lugar.

El personal encargado de este evento turístico a realizar será el Departamento de Turismo del Gad Municipal del cantón Jipijapa y el presidente parroquial de Puerto Cayo, de esto modo se incluirá a los establecimientos de alimentación con el fin de poder brindarle a los turistas una experiencia culinaria mientras exploran los diversos sabores y productos del sector y la región.

Planificación

Definir el objetivo y tema de la feria

El objetivo de esta feria es promover el turismo gastronómico de la parroquia Puerto Cayo destacando así la diversidad cultural y culinaria del sector

El nombre de esta feria turística es "Sabores y Colores de mi Tierra" este tema resalta la cocina tradicional y los ingredientes únicos de Puerto Cayo

Selección del lugar

La feria gastronómica se lo realizará en el malecón de Puerto Cayo de 10 de la mañana hasta las 5 de la tarde

Promoción y publicidad

Realizar campañas en redes sociales, difundir anuncios en radios locales y colaborar con influencers gastronómicos que den a conocer la gastronomía del destino

De este modo crear un logo o marca que tenga como fin llamar la atención del turista

Etapa II. Ejecución de la feria

Para el lanzamiento de la feria gastronómica se lo realizará entre el 15 al 17 de noviembre del 2024 en el malecón de la parroquia Puerto Cayo, lo cual estará dirigida por el personal del Departamento de Turismo el Ing. Mauricio Cantos Sánchez director de turismo, las actividades que se llevarán a cabo son las siguientes:

- Inauguración del evento oficial con las autoridades locales
- Demostraciones culinarias: como show de cocina en vivo y clases de cocina
- Degustación culinaria de cada stand
- Presentación de show musicales y artísticos
- Talleres y charlas educativas culinarias

- Concurso sobre el mejor plato gastronómico de la feria
- Clausura con música en vivo y agradecimiento por haber asistido al evento

Etapa III. Evaluación y monitoreo de la feria

Asimismo, se realizó una encuesta con el fin de conocer la experiencia y satisfacción del turista respecto a este tipo de eventos para de esta manera seguir realizando a un futuro ferias gastronómicas que demande la atención del consumidor.

Tabla 7.

Presupuesto de la feria gastronómica.

Gasto	Monto estimado
Publicidad	10,000\$
Seguridad	5,000\$
Honorarios para los artistas/presentadores	10,000\$
Implementos para el montaje y desmontaje de la feria	5,000\$
Equipo de sonido, luces	1,000\$
Diseños e impresiones del material para la feria	500\$
Kit de uniforme para cada stand	450\$
Total	31,950\$

Fase IV. Implementación y control

Es el lanzamiento del producto turístico al mercado con el fin de llegar a un público objetivo, es decir poner en marcha y darle seguimiento para de esta manera integrar acciones que lleven a la acción turística del destino. En este caso es importante, implementar planes de acción para garantizar de manera eficaz la calidad y experiencia positiva del turista sobre el producto turístico rural.

Desde el punto de vista de Cornejo y Vera (2008), el diseño de un producto turístico rural implica una serie de pasos estratégicos destinados a aprovechar el potencial turístico de las áreas rurales de manera sostenible y auténtica. Por lo tanto, Ramírez Hernández (2019), en su investigación el menciona que gracias a la revisión crítica literaria se pudo constatar quince propuestas para la elaboración de productos turísticos por el cual solo se encontró metodologías basadas en la oferta y demanda, lo cual menciona que este tipo de factores son indispensable para un destino siendo parte importante para su

economía y desarrollo, sin embargo, señala que de estas quince propuestas solo se observan actividades pasivas y poco nulas para el desarrollo local de las localidades turísticas, ya que los actores del turismo solo están limitados a prestar servicios turísticos y no a la planeación o creación de productos turísticos que permitan el desarrollo de los destinos.

Según los hallazgos en esta investigación la revisión bibliográfica o literaria permitió generalizar información sobre las variables del tema de estudio, además, permitió revisar datos bibliográficos de acuerdo a fuentes bibliográficas, en este caso se utilizaron fuentes de artículos y de revistas. De esta manera se pudo conocer que el turismo influye dentro de lo que respecta a los productos turísticos, el turismo rural, la oferta y la demanda turística, por lo cual resulta importante conocer estas tipologías o concepciones para de esta manera ser objeto de estudio y resulte beneficioso para los destinos en la creación de procedimientos metodológicos que permitan el desarrollo turístico de las localidades.

En la investigación de Cardet, Palao y González (2018), estos autores mencionan que se diseñaron productos turísticos basados en el patrimonio intangible del municipio de Gibara, Cuba bajo un procedimiento metodológico participativo desde el punto de vista económico, cultural y social. Cabe destacar que uno de los autores menciona que fue pertinente y rentable la creación de este producto con la finalidad de resaltar la calidad de los atractivos turísticos y de las actividades turísticas recreativas, comerciales y culturales para satisfacer a la demanda turística.

De acuerdo a lo antes mencionado, se pudo constatar en la investigación que el procedimiento metodológico para el diseño de productos turísticos rurales en su segundo y tercer objetivo fue proponer o realizar la metodología para desarrollar el producto y aplicarlo al destino con el fin de desarrollar turísticamente la parroquia Puerto, de modo que se utilizaron cuatro fases como es el diagnóstico que es parte importante para recabar información sobre la situación o realidad actual del área determinada, el objetivo y estrategias permitirá a largo plazo promover y mejorar las experiencias del turistas, en cuanto al diseño de productos turísticos rural (feria gastronómica), se pretende implementar a la localidad como la principal motivación para crear experiencias y satisfacer sus expectativas, así como su economía a través de etapas de planificación, ejecución, monitoreo y evaluación, por último, la implementación y control permite llevar a cabo el desarrollo y ejecución el producto al mercado y de esta manera crea planes de acciones. Cabe recalcar que esta metodología no es una planificación sino más bien una acción o práctica a realizar para impulsar y fomentar su desarrollo turístico.

En este caso, fue fundamental identificar la oferta ya que permitió buscar información actualizada del área de estudio, para así mejorar la competitividad y asegurar el desarrollo turístico de Puerto Cayo. De este modo, estudiar la demanda permitió conocer el perfil del turista de acuerdo a sus necesidades y beneficios sobre los productos turísticos.

Por lo cual se evidencia que en Puerto Cayo existen oferta, pero, sin embargo, no está del todo equipada. De esta manera se estudió la demanda turística, por lo cual se realizó a 134 personas una encuesta permitiendo conocer la satisfacción del turista sobre el diseño de productos turísticos, lo cual se obtuvo como resultado que los turistas estarían dispuestos a pagar 50\$ dólares por un producto turístico rural, que el 50% visita cada año la parroquia, que su principal motivación al visitar este lugar es disfrutar de la gastronomía que tiene este lugar y que el diseñar un producto turístico sería una buena alternativa para el desarrollo turístico de Puerto Cayo, evidenciando así que esta sería una opción para el desarrollo turístico de esta localidad.

Al analizar los pasos propuestos en el procedimiento metodológico, se destaca la importancia de comenzar con una evaluación exhaustiva en el área del lugar, identificando así los atractivos naturales y culturales e históricos que pueden servir como base para el diseño de productos turísticos, además que el análisis de la demanda y de los segmentos son cruciales para desarrollar los productos que satisfagan las necesidades y los intereses de los visitantes potenciales en el destino.

De este modo es importante destacar que la implementación efectiva de estos productos turísticos rurales requiere una gestión cuidadosa y una estrategia de promoción y comercialización bien planificada ya que es crucial reconocer que estos productos enfrentan desafíos significativos como la preservación del medio ambiente, la gestión de la capacidad turística y la minimización de los impactos positivos, de esta manera estos desafíos deben abordarse mediante enfoques participativos, colaborativos y sostenibles que promuevan el equilibrio del destino (Sánchez, Ramírez y Pérez, 2020).

En este contexto, el procedimiento metodológico para el diseño de productos turísticos rurales ofrece una guía valiosa para el desarrollo turístico de Puerto Cayo, permitiendo capitalizar sus recursos turísticos de manera responsable y beneficiosa para todas las partes involucradas del sector turístico.

Conclusiones

De acuerdo a la investigación se concluye que, si es factible el diseño de un producto turístico rural en la parroquia Puerto Cayo con el fin de impulsar el

turismo de esta localidad, ya que al aplicar este procedimiento metodológico permitirá diseñar productos de turismo rural bajo la dimensión gastronómica y cultural, siendo este una de las principales motivaciones por la que los turistas viajan a los destinos. De este modo, este procedimiento es una guía práctica para desarrollar una oferta turística sostenible, atractiva y beneficiosa para la localidad.

Por lo tanto, al seguir este tipo de procedimientos metodológicos la parroquia Puerto Cayo puede posicionarse como uno de los destinos turísticos rurales más destacado, ofreciendo experiencias que aprovechen su riqueza natural y cultural, al tiempo que promueven el desarrollo económico y sostenible. Además, este enfoque ofrece una guía valiosa para el desarrollo turístico de la región. La implementación de este procedimiento permite capitalizar los recursos turísticos locales de manera responsable y beneficiosa, tanto para la comunidad como para los visitantes.

El diseño de un producto turístico rural en Puerto Cayo no solo es factible, sino que también impulsa el turismo local al integrar dimensiones gastronómicas y culturales, factores claves en la motivación de los turistas. Este enfoque metodológico se presenta como una guía práctica para desarrollar una oferta turística sostenible, atractiva y beneficiosa para la localidad.

Referencias bibliográficas

- Ayala Yanajara, C. M., Moncayo Rodríguez, L. M. y Sosa Covarrubias, J. (2021). Diseño de producto turístico en comunidad rural: Caso Microrregión Masiaca. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera*, 36(14). <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi36.396>
- Cardet Fernández, E., Palao Fuentes, R. y González, Y. (2018). Procedimiento para el diseño de productos turísticos basados en el patrimonio de un municipio. *Retos de la dirección*, 12(1), 1-16. Recuperado de <https://revistas.reduc.edu.cu/index.php/retos/article/view/2203/2028>
- Castillo Coy, E. (2015). Metodología para desarrollar productos turísticos-Caso de Estudio. *Red Internacional en Competitividad Memoria del IX Congreso*.9(1), 96-109. Recuperado de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/6-Texto%20del%20art%C3%ADculo-11-1-10-20160310%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/6-Texto%20del%20art%C3%ADculo-11-1-10-20160310%20(1).pdf)
- Cornejo Ganga, L. E., y Vera Valenzuela, A. M. (2022). Propuesta metodológica para el diseño y validación de productos turísticos, a partir de la experiencia de la Red de Turismo Rural Río Grande. *Revista Universitaria*

Ruta, (11), 67–92. Recuperado de <https://revistas.userena.cl/index.php/ruta/article/view/235>

Cooperación Suiza. (2014). Manual para la planificación de productos turísticos. Recuperado de https://www.cooperacionsuiza.pe/wp-content/uploads/2019/06/manual_de_planificacion.pdf

Figueroa González, L. F., Cavazos Arroyo, J. y Mayett Moreno, Y. (2015). Desarrollo de productos turísticos rurales sustentables. Propuesta y validación de expertos respecto a tres variables. *El periplo Sustentable*, 28, 115-139. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/1934/193435584005/html/>

Fontur Colombia (2024). Diseño de producto turístico para el mundo de pasto y sus corregimientos. Recuperado por https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-12/PRODUCTO_TURISTICO_Y_SUSTENTABLE_DE_PASTO.PDF

Gómez Ceballos, G. (2014). Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos. *Revista Retos*, 8(1), 157-172.

Muñoz Fernández, G. A., Pérez Gálvez, J. C. y López Guzmán, T. (2014). Motivación y segmentación del turista en festivales culinarios el caso de la feria gastronómica en el Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y las Villas (España). *International Journal of World of Tourism*, 1(2), 19-28

Ramírez Hernández, O. I. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 127-143. <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.08>

Ricaurte Yépez, C. B. (2015). Metodología para el diseño de paquetes turísticos. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos: ABET*, 5(2), 49-58.

Ruiz Quesada, S. C., Castellanos Pallerols, G. M., Díaz Conde, I. E. y Gámez Iglesias, A. (2022). Propuesta metodológica para el diseño de productos turísticos en el destino Cuba. *Cooperativismo y Desarrollo*, 10(3). Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2310-340X2022000300631

.....

Sánchez Sosa, S. L., Ramírez Pérez, J. y Pérez Hernández, I. (2020). Procedimiento para el diseño de productos agroturísticos. COODES Cooperativismo y Desarrollo, 8(2), 166-182. Recuperado de <https://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/304/569>

Servicio Nacional de Turismo (2015). *Manual Paso a paso para el Diseño de Productos Turísticos integrados*. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Recuperado de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/08/244-manual-productos-turc3adsticos-chile.pdf>

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo II

Turismo gastronómico como
alternativa de desarrollo en la
ciudad de Portoviejo

AUTORES: Libia Soledad Ayón Villafuerte; Jessenia Monserrate Delgado Basurto



SABEREC 5.0

Resumen

La ciudad de Portoviejo, en la región costera de Ecuador, destaca no solo por su historia y encanto cultural, sino también por su vibrante escenario gastronómico. Aunque el Mercado Central y los restaurantes locales reflejan la diversidad culinaria, la investigación se centra en la pérdida gradual de autenticidad en las prácticas culinarias tradicionales. A pesar de la participación en eventos gastronómicos y la diversidad de restaurantes, la ciudad enfrenta el desafío de preservar su identidad culinaria en medio de modificaciones en las técnicas y métodos culinarios. El objetivo principal de la investigación es analizar el turismo gastronómico como una alternativa de desarrollo para Portoviejo, impulsando el turismo local. La problemática central radica en la pérdida de autenticidad en las prácticas culinarias tradicionales, afectando la esencia gastronómica de la ciudad. Se emplea métodos y técnicas, desde el inductivo-deductivo hasta el descriptivo, cualitativo y bibliográfico, permitiendo un análisis completo y riguroso del problema. La aplicación de técnicas como la observación no participativa y la ficha de inventarios aporta datos concretos que respaldan la propuesta de estrategias para impulsar el turismo y preservar la identidad gastronómica de Portoviejo, reconocida por la UNESCO como referente gastronómico, se enfrenta al reto de preservar sus tradiciones culinarias. La investigación busca no solo comprender las transformaciones en las prácticas culinarias, sino también proponer soluciones prácticas que fortalezcan la identidad gastronómica y contribuyan al desarrollo sostenible a través del turismo gastronómico. Se identificó la importancia que tiene el turismo gastronómico en Portoviejo en relación con el desarrollo económico del cantón y el esquema estratégico diseñado para potenciar el turismo a través de la gastronomía implica no solo ofrecer innovaciones para los visitantes, sino también mejorar la experiencia para los residentes locales.

Palabras clave: turismo, desarrollo local, diversidad culinaria, practicas culinarias, identidad gastronómica.

Abstract

The city of Portoviejo, in the coastal region of Ecuador, stands out not only for its history and cultural charm, but also for its vibrant gastronomic scene. Although the Central Market and local restaurants reflect culinary diversity, the research focuses on the gradual loss of authenticity in traditional culinary practices. Despite the participation in gastronomic events and the diversity of restaurants, the city faces the challenge of preserving its culinary identity amid modifications in culinary techniques and methods. The main objective of

the research is to analyze gastronomic tourism as an alternative development for Portoviejo, promoting local tourism. The central problem lies in the loss of authenticity in traditional culinary practices, affecting the gastronomic essence of the city. Methods and techniques are used, from inductive-deductive to descriptive, qualitative and bibliographic, allowing a complete and rigorous analysis of the problem. The application of techniques such as non-participatory observation and the inventory sheet provides concrete data that supports the proposal of strategies to promote tourism and preserve the gastronomic identity of Portoviejo, recognized by UNESCO as a gastronomic reference, faces the challenge of preserving its culinary traditions. The research seeks not only to understand the transformations in culinary practices, but also to propose practical solutions that strengthen gastronomic identity and contribute to sustainable development through gastronomic tourism. The importance of gastronomic tourism in Portoviejo in relation to the economic development of the canton was identified and the strategic scheme designed to promote tourism through gastronomy implies not only offering innovations for visitors, but also improving the experience for residents. local.

Keywords: tourism, local development, culinary diversity, culinary practices, gastronomic identity.

Introducción

El turismo gastronómico ha experimentado diversas modificaciones y tendencias, la oferta gastronómica ha pasado de estar centrada en la cocina tradicional a incluir diversidad de fusiones gastronómicas e incorporación de ingredientes locales en propuestas internacionales. Esta diversificación responde a la demanda de turistas en búsqueda de experiencias culinarias únicas y auténticas.

La ciudad de Portoviejo, ubicada en la hermosa región costera de Ecuador, se destaca no solo por su rica historia y encanto cultural, sino también por su vibrante escenario gastronómico. Más allá de sus playas y su rica historia, Portoviejo ha forjado una identidad gastronómica única que refleja la diversidad de sus ingredientes locales y la creatividad de sus habitantes. La ciudad se enorgullece de ser un crisol de sabores, donde se entrelazan las tradiciones culinarias ancestrales con toques contemporáneos, creando así una experiencia gastronómica que deleita a lugareños y visitantes por igual.

En el corazón de esta vibrante escena gastronómica se encuentra el Mercado Central de Portoviejo, un bullicioso epicentro donde convergen colores, olores y sabores. Aquí, los puestos rebosantes de productos frescos, mariscos

recién capturados y especias locales cuentan la historia de la abundancia que la región ofrece. Los restaurantes de Portoviejo, con su encanto característico, se convierte en el lugar perfecto para explorar la esencia misma de la gastronomía portovejense, ofreciendo a los visitantes la oportunidad de disfrutar de auténticos platillos elaborados con ingredientes locales de la más alta calidad.

La ciudad también se distingue por su participación en eventos gastronómicos que resaltan su oferta culinaria excepcional. Festivales y ferias dedicadas a la gastronomía local atraen a chefs reconocidos, amantes de la comida y curiosos por igual, consolidando a Portoviejo como un destino gastronómico de renombre en Ecuador. La diversidad de sus restaurantes, desde pequeñas fondas familiares hasta establecimientos gourmet, crea un espectro gastronómico que satisface todos los paladares, consolidando la reputación de Portoviejo como un destino culinario integral.

El compromiso de Portoviejo con la preservación de sus tradiciones culinarias se manifiesta también en la formación de nuevas generaciones de chefs y emprendedores gastronómicos. Escuelas de cocina y programas de capacitación contribuyen a mantener viva la llama de la cocina local, asegurando que las recetas y técnicas transmitidas por generaciones perduren y evolucionen con el tiempo. Este enfoque progresivo y respetuoso hacia la gastronomía local posiciona a Portoviejo no solo como un destino de deleite culinario, sino como un faro que ilumina el camino hacia un desarrollo sostenible a través del turismo gastronómico.

El turismo gastronómico emerge como una alternativa de desarrollo para Portoviejo, convirtiendo sus platos emblemáticos en auténticos embajadores culturales. La conexión entre la gastronomía y el turismo se presenta como una oportunidad para impulsar el crecimiento económico de la ciudad. Este viaje culinario no solo atrae a visitantes en busca de experiencias gastronómicas únicas, sino que también fomenta el desarrollo de pequeños negocios locales, generando empleo y promoviendo la preservación de las tradiciones culinarias por sus sabores auténticos y tradicionales, fusionando ingredientes locales con técnicas culinarias que han pasado de generación en generación.

Desde exquisitos ceviches hasta reconfortantes caldos y seco de gallina criolla, la cocina de Portoviejo es un reflejo de la diversidad de productos frescos que ofrece la región, creando un atractivo único para los amantes de la buena comida.

Portoviejo ha logrado destacarse como un referente gastronómico reconocido por la UNESCO, que valora y protege su herencia culinaria, otorgando

a la ciudad un estatus especial que la posiciona en el mapa mundial del turismo gastronómico.

El objetivo fundamental de la investigación en curso es analizar el turismo gastronómico como una vía alternativa de desarrollo para la ciudad de Portoviejo, con el propósito de impulsar el turismo local. A pesar de contar con una amplia variedad de platos típicos, la investigación se centra en la constatación de que las técnicas y métodos culinarios tradicionales han experimentado modificaciones con el tiempo, dando lugar a la pérdida gradual de la autenticidad e identidad en la preparación de los platillos. Esta problemática constituye el núcleo central del proyecto, buscando comprender y abordar cómo las transformaciones en las prácticas culinarias impactan negativamente en la preservación de la esencia gastronómica local; la investigación adopta un enfoque metodológico integral, empleando métodos como el inductivo-deductivo para analizar el problema desde lo particular a lo general, en el ámbito descriptivo, se realiza un estudio exhaustivo de las variables de investigación, el enfoque cualitativo, por su parte, se emplea para comprender el comportamiento y las experiencias, el respaldo científico de la investigación se logra mediante un enfoque bibliográfico, en cuanto a las técnicas aplicadas, la observación no participativa se utiliza para capturar de manera objetiva el proceso de elaboración de comidas típicas, además, la ficha de inventarios se emplea como una herramienta estructurada para documentar ordenadamente cada paso del proceso culinario con el fin de proponer estrategias que impulsen el turismo obteniendo recursos para el impulso del turismo de la ciudad.

Metodología

Área de estudio

La ciudad de Portoviejo se encuentra ubicada en la región litoral del Ecuador, en una extensa llanura, a una altitud de 53 m s. n. m. y con un clima semiárido cálido de 25,5 °C en promedio. Las coordenadas geográficas de la ciudad de Portoviejo son: 1°03'S 80°27'O. Está atravesada por el río Portoviejo y es la capital de la provincia de Manabí. La ciudad de Portoviejo tiene una población de 244.129 habitantes, según el censo de 2022, lo que la convierte en la octava ciudad más poblada del país. La ciudad es el núcleo del área metropolitana de Manabí Centro, junto con Manta; la conurbación está constituida además por ciudades y parroquias rurales cercanas. El conglomerado alberga a 686.154 habitantes, y ocupa la cuarta posición entre las conurbaciones del Ecuador.

La metodología empleada en esta investigación se fundamenta en varios enfoques complementarios. Se utiliza el método inductivo-deductivo para analizar el problema, partiendo de aspectos particulares y contribuyendo a la solución, especialmente en el ámbito del turismo gastronómico en Portoviejo. El método descriptivo se emplea para estudiar las variables relacionadas con la investigación sobre el turismo gastronómico, permitiendo así describir detalladamente la situación particular del desarrollo en la ciudad. Además, se incorpora el método cualitativo, que facilita la comprensión del comportamiento, experiencias y perspectivas de las personas, así como las técnicas ancestrales de la gastronomía local. El método bibliográfico se aplica para respaldar la investigación mediante definiciones científicas de conceptos clave como turismo, gastronomía y desarrollo.

En cuanto a las técnicas utilizadas, se implementa la observación no participativa, que implica la recopilación de datos a través de la observación directa de eventos, personas o situaciones relacionadas con la comida tradicional y técnicas gastronómicas ancestrales de Portoviejo. Además, se emplea la ficha de inventarios para documentar de manera ordenada el proceso de elaboración de las comidas típicas de Portoviejo, permitiendo una comprensión más detallada y visual de los productos presentes en la ciudad. Esta combinación de métodos y técnicas proporciona un enfoque integral para explorar el complejo panorama del turismo gastronómico y el desarrollo culinario en Portoviejo.

Resultados

Al realizar los inventarios de la comida típica de Portoviejo se puede reflejar la riqueza gastronómica regional con sabores auténticos y combinaciones únicas. Entre los platos más destacados se encuentra el emblemático ceviche, caracterizado por la mezcla de mariscos frescos marinados en jugo de limón. La comida criolla resalta por su diversidad y complejidad, evidente en preparaciones como el bolón y el corviche, que exhiben creatividad en la cocina local con texturas crujientes por fuera y suaves por dentro. Otras delicias incluyen la empanada, el bollo de pescado cocido al vapor, el reconocido encebollado y el viche de pescado, con su consistencia espesa y sabroso guiso de maní y pescado. La tonga de gallina, un platillo reconfortante, se distingue por su preparación con gallina cocida en salsa espesa y arroz. Estas comidas tradicionales fusionan técnicas culinarias ancestrales con ingredientes locales, homenajeando la diversidad culinaria de Portoviejo y contribuyendo al desarrollo económico a través de su gastronomía.

Tabla 8.

Inventario de platos típicos.

Localidad	Producto	Ingredientes	Preparación	Foto
Chirijos	Caldo de gallina criolla	Gallina criolla, cortada en piezas litros de agua yuca, pelada y cortada en trozos cebolla, picada dientes de ajo, picados pimiento verde, picado manojito de cilantro fresco manojito de hierbabuena Sal y pimienta al gusto Comino al gusto	En una olla grande agregar el agua y llevar a ebullición, añadir las piezas de gallina criolla y cocinar aproximadamente 1 hora, luego ubicar la cebolla, pimiento ajo y un ramillete de cilantro para que le brinde sabor, después que haya saborizado se retiran, para luego ubicar la yuca y que esta cocine durante 20 o 30 minutos, por último, añadir sal, pimienta y comino dejar cocinar por un tiempo más, y al finalizar antes de servir agregar cilantro picado.	
Pueblo nuevo	Seco de gallina criolla	Gallina criolla, cortada en piezas cebolla grande, picada en cubos dientes de ajo, finamente picados pimiento rojo, picado en cubos tomates, pelados y picados taza de cilantro fresco picado cucharadas de aceite de achiote comino, orégano seco Sal y pimienta al gusto Arroz y aguacate (para servir)	En un recipiente grande ubicar la gallina con sal, pimienta, comino y órgano dejándolo marinar por 30 minutos para que absorba los sabores. Con el achiote caliente ubicar la cebolla, ajo, pimiento y tomate para que sofrían durante 10 minutos, luego de ese tiempo incorporar las piezas de gallina para que estas sellen, después agregar agua y una vez este empiece a hervir, reducir el fuego y cocinar	

<p>Portoviejo</p>	<p>Tonga</p>	<p>Pollo, cortado en piezas maní molido, cebolla grande picada dientes de ajo machacados pimiento rojo picado pimiento verde picado taza de tomate licuado cucharadita de comino, achote sal y pimienta al gusto hojas de plátano, aceite para freír</p>	<p>Preparación del pollo: En una olla grande ubicar la cebolla, ajo, pimientos junto con el achote para dar color y una vez estos estén blandos añadir el pollo, después incorporar el tomado licuado, comino, la sal y pimienta, cocinar a fuego medio hasta que el pollo se cocine.</p>	
<p>Portoviejo</p>	<p>Viche de pescado</p>	<p>Pescado fresco (puede ser corvina, atún, o cualquier otro pescado blanco) maní molido plátano verde cortados en trozos pequeños yuca, choclo zapallo cortado en cubos fréjol tierno achogcha cebolla colorada, cebolla perla ajo, pimiento, tomate, cilantro orégano, comino, aceite sal y pimienta</p>	<p>En una olla grande ubicar aceite y cuando este caliente añadir las cebollas, ajo, pimiento y tomate sofreír hasta que estén transparentes y así formar una base, luego se integra el plátano, yuca, choclo, zapallo, frejol y achogcha revolver junto con el achote y cocinar a fuego lento, después agregar el maní molido, con un poco de comino, orégano, sal y pimienta al gusto.</p>	

<p>Portoviejo</p>	<p>Ceviche</p>	<p>Pescado fresco: generalmente se utiliza pescado blanco como corvina o picudo cítricos: jugo de limón o lima, que sirve para "cocinar" el pescado. cebolla: preferiblemente cebolla roja, cortada en juliana fina. cilantro: fresco, picado. tomate: picado en cubitos pepino: pelado y picado en cubitos (opcional). sal y pimienta: al gusto.</p>	<p>Cortar el pescado en cubos, ubicarlos en un recipiente luego se cubre con el jugo de limón para que haya cocción cítrica durante 20 minutos. Durante ese tiempo se corta la cebolla en juliana, el cilantro, tomate y pepino. Una vez listo el pescado se mezcla con los demás ingredientes, añadir sal y pimienta al gusto. Servir el ceviche acompañado de chifle</p>	
<p>Portoviejo</p>	<p>Encebollado</p>	<p>Pescado (preferiblemente albacora) yuca cebolla roja, tomate pimiento verde ajo cilantro fresco, comino jugo de limón sal y pimienta: al gusto.</p>	<p>En una olla grande hervir agua con sal, añadir el pescado junto con todos los vegetales, agregar comino sal y pimienta al gusto, cocinar hasta que el pescado este listo, luego retirarlo y desmenuzar. En una olla aparte cocinar yuca hasta que esta ablanda, después reservarla.</p>	

<p>Portoviejo</p>	<p>Bollo de pescado</p>	<p>para la masa: Plátanos verdes (plátano macho) mantequilla caldo de pescado, sal al gusto para el relleno: pescado fresco cebolla roja, picada finamente pimiento, picado finamente dientes de ajo, machacados maní molido, achiote cilantro picado sal y pimienta al gusto hojas de plátano (previamente pasadas por el fuego para ablandarlas)</p>	<p>Preparación de la masa: Cocinar el plátano con sal, una vez blandos machacar hasta obtener una masa homogénea, añadir la mantequilla y caldo de pescado hasta lograr una consistencia suave, ajustar sal al gusto. Preparación del relleno: En un sartén añadir aceite y achiote, sofreír la cebolla, pimiento, ajo hasta que estos doren, añadir el pescado desmenuzado y cocinar por unos minutos, incorporar el maní molido mezclando bien y si la mezcla esta seca ir integrando caldo de pescado</p>	
<p>Portoviejo</p>	<p>Bolón</p>	<p>Plátanos verdes chicharrón queso sal: al gusto. pimienta: al gusto.</p>	<p>Cocinar los plátanos con agua y sal al menos por 25 minutos. Luego machaca el plátano cocinado hasta obtener una masa uniforme, incorpora el queso o chicharrón hasta formar el bolón, ajusta sal y pimienta al gusto</p>	

Los métodos y técnicas de cocción en Portoviejo revelan una riqueza culinaria que aprovecha la variedad de ingredientes locales de la región costera de Ecuador. Entre los métodos más destacados se encuentra el ahumado, fritura, cocción en horno de leña, fuego lento, al vapor, en ácido, hoja de plátano, fermentación, marinado, secado al sol y molido en piedra, refleja la creatividad y la adaptabilidad de la cocina local para resaltar los sabores auténticos de la región.

Se proponen diversas estrategias para potenciar la oferta gastronómica de Portoviejo, Ecuador. En primer lugar, se contempla la creación de Rutas Gastronómicas, que implican el diseño de itinerarios destacando lugares emblemáticos y la provisión de mapas interactivos y guías impresas para los visi-

tantes. Asimismo, se propone la realización de Eventos Gastronómicos, tales como festivales y actividades que resalten la diversidad culinaria local, invitando a chefs destacados y ofreciendo actividades interactivas como clases de cocina o degustaciones. La colaboración con Emprendedores Locales se plantea como una estrategia clave, fomentando la participación de pequeños empresarios en el desarrollo de experiencias gastronómicas, estableciendo alianzas con productores locales y brindando apoyo para nuevas iniciativas culinarias. La Promoción en Plataformas Digitales busca utilizar redes sociales y plataformas de revisión para destacar la oferta gastronómica, incentivando la participación comunitaria en la promoción digital. Además, se sugiere implementar Programas de Capacitación para chefs y personal de restaurantes, centrados en la autenticidad y presentación de platos tradicionales, con enfoque en aspectos culturales e históricos. El Desarrollo de Infraestructura Turística propone mejorar la infraestructura alrededor de zonas gastronómicas clave, crear áreas de descanso y espacios para eventos al aire libre, así como establecer mercados o ferias permanentes que destaquen la oferta culinaria local. Los Programas de Sostenibilidad buscan promover prácticas sostenibles en la producción y presentación de alimentos, destacando y educando sobre restaurantes respetuosos con el medio ambiente. Finalmente, se plantea establecer Alianzas con Instituciones Educativas, colaborando con escuelas de cocina locales para integrar programas educativos y facilitar pasantías y programas de intercambio para estudiantes interesados en la gastronomía local.

Estos resultados se han obtenido con el objetivo primordial de salvaguardar y preservar la rica tradición gastronómica de Portoviejo. De esta manera, se busca asegurar la transmisión continua de los conocimientos culinarios a todas las generaciones, garantizando así la perdurabilidad y autenticidad de la herencia culinaria de la ciudad.

Discusión

A partir de los resultados obtenidos mediante la presente investigación, se establece la importancia que tiene el turismo gastronómico en Portoviejo en relación con el desarrollo económico del cantón.

El turismo gastronómico, se centra en explorar la cultura culinaria de un destino turístico específico. Implica tanto el estudio como la degustación de los platos típicos de cada país, así como la apreciación de su arte culinario. Junto con factores como el paisaje, el alojamiento y el clima, constituye uno de los pilares esenciales que conforman la oferta turística. Este tipo de turis-

mo abarca la visita a puestos de comida al aire libre, la exploración de vendedores callejeros y, en general, la experiencia en cualquier establecimiento relacionado con la gastronomía. (CEUPE, 2020) Por esta razón Portoviejo fue objeto de investigación porque cuenta con todos los factores necesarios para ser participe en el desarrollo turístico y no solo por sus paisajes sino por su gastronomía que está siendo desatacada por la exquisitez de sus comidas.

El análisis de las bases teóricas acerca del turismo gastronómico coincide con otras investigaciones Rodríguez (2022), porque en Portoviejo se pudo destacar que gracias al turismo gastronómico se puede incrementar el desarrollo económico para la ciudad.

En el contexto de los descubrimientos Ormaza (2023), se corrobora que el registro y elaboración de los inventarios detallados de las comidas tradicionales emerge como un enfoque viable para identificar las especialidades culinarias de Portoviejo. Este método facilita de manera efectiva el reconocimiento de cada plato, proporcionando además un entendimiento detallado de las técnicas empleadas en la preparación de cada una de estas delicias.

La implementación de estrategias destinadas a impulsar el turismo contribuye a enriquecer la experiencia gastronómica. Rusca (2021), coincide que, al alinearse con las estrategias establecidas, se ha concluido que la aplicación de todas estas medidas posibilitará una experiencia culinaria más enriquecedora en Portoviejo. Esto, a su vez, favorecerá el crecimiento económico y, crucialmente, preservará la autenticidad de la comida tradicional al mantener el uso de técnicas ancestrales, permitiendo que estas tradiciones sean transmitidas de generación en generación.

Sin embargo, no todos los estudios coinciden completamente con estos resultados. aunque hay un resurgimiento en la apreciación de la cocina tradicional ecuatoriana, la falta de infraestructura adecuada en muchas regiones de Portoviejo sigue siendo un obstáculo significativo para el desarrollo del turismo gastronómico. Esta perspectiva sugiere que, a pesar de la riqueza culinaria, la carencia de facilidades adecuadas puede limitar el potencial de crecimiento económico derivado del turismo gastronómico.

Además, Portoviejo, especialmente en la parroquia de Calderón, ha contado con la presencia del chef internacional Walter Staib, quien visitó y recorrió varios lugares de la plaza para degustar la gastronomía local. Staib destacó la exquisitez de los sabores que ofrece Portoviejo, subrayando las razones específicas por las cuales la UNESCO ha reconocido a la ciudad como creativa e innovadora, especialmente en el ámbito gastronómico. Esta es una de

las estrategias propuestas que debe fortalecerse y aplicarse siempre que sea posible. Así, para el 25 de mayo de 2024, gracias a las autoridades del cantón Portoviejo, se pudo realizar el evento del "Viche más grande del mundo", logrando un Récord Guinness. El viche es una sopa tradicional de todo Manabí, y este evento permitió aplicar programas de sostenibilidad, presentando un plato tradicional a nivel internacional. En el evento participaron chefs profesionales y estudiantes de gastronomía, formando un equipo que realizó la gastronomía de Portoviejo.

Es fundamental aprovechar y fortalecer estas oportunidades para mejorar continuamente y aplicar este tipo de estrategias. Contar con estrategias que brinden alternativas de crecimiento sostenible es crucial para el desarrollo y reconocimiento de la ciudad.

En fin, el turismo gastronómico emerge como un elemento esencial para el desarrollo sostenible de Portoviejo, no solo como un atractivo turístico, sino también como un medio para preservar y promover la riqueza culinaria y cultural de la región.

Conclusiones

Portoviejo ha emergido como un destino estratégico para el turismo gastronómico. El inventario detallado de especialidades, como la variada comida criolla, el célebre ceviche, bollo de pescado, la tradicional tonga de gallina, corviches, empanadas, bolones, encebollado y viche de pescado, ha destacado la exquisitez de la oferta culinaria del cantón. Estas delicias, cada una con sus características únicas, han posicionado a Portoviejo como un lugar ideal para la visita y el disfrute, contribuyendo significativamente al desarrollo económico de la región.

Asimismo, la riqueza de las comidas típicas se ve realizada por la diversidad de métodos y técnicas culinarias empleados en su preparación. Desde el ahumado y la cocción en hornos de leña hasta el marinado con hierbas locales y la cocción ácida, cada práctica culinaria aporta un toque distintivo, resaltando los sabores y enriqueciendo la experiencia gastronómica de Portoviejo.

El esquema estratégico diseñado para potenciar el turismo a través de la gastronomía implica no solo ofrecer innovaciones para los visitantes, sino también mejorar la experiencia para los residentes locales. Este enfoque integral busca consolidar a Portoviejo como un referente culinario, generando beneficios tanto para la economía local como para aquellos que tienen el privilegio de disfrutar de su rica tradición gastronómica.

Referencias Bibliográficas

- CEUPE. (2020). *Turismo gastronómico*. Obtenido de Ceupe : <https://www.ceupe.com/blog/turismo-gastronomico.html>
- Ormaza, D. (2023). *Inventarios de comida tradicional*. Obtenido de Universidad de Cuenca: chrome-Rodríguez, L. (2022). *Turismo Gastronomico en Santa Elena* . Obtenido de Universidad Estatal Península de Santa Elena: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/4131>
- Rodríguez, L. (2022). *Turismo Gastronomico en Santa Elena* . Obtenido de Universidad Estatal Península de Santa Elena: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/4131>
- Rusca, E. P. (2021). *Turismo y Gastronomía*. Obtenido de Estrategias: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfefindmkaj/https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/673950/Emma_pla_Tesis_documento%20final_nov21.pdf?Sequence=1&isallowed=y

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo III

Importancia de la satisfacción al
cliente en los servicios de
restauración de la parroquia Crucita

AUTORES: Pita Lino Alexandra Elsy; Reynaldo Jose Vinces Rivas;
Irving Armando Morales Ayón



SABEREC 5.0

Resumen

La presente investigación se realizó en la parroquia de Crucita del cantón de Portoviejo de la provincia de Manabí, tuvo como objetivo principal identificar el servicio de restauración turística en la parroquia crucita y la satisfacción al visitante, donde se pudo conocer y observar más sobre la gastronomía de la parroquia, conocer cuáles son las ofertas que ellos ofrecen en la zona, observar el tipo de servicio que brindan a los clientes que visitan sus establecimientos y permitir ver cuál era la satisfacción del turista que llegaba a Crucita a consumir algún servicio. La metodología utilizada fue correspondiente a una serie de métodos de enfoque investigativo de carácter exploratorio, descriptivo, bibliográfico y de in situ haciendo el uso obligatorio de fichas de inventario de valores culturales, fichas de inventarios de platos y encuestas que fueron aplicadas a los gerentes o dueños de los establecimientos y a los turistas que visitaban la parroquia de Crucita. En base a la información obtenida en los resultados que fueron aplicados se puede analizar que la parroquia posee un gran potencial, pero hoy en día no se encuentra siendo bien aprovechada, por la poca intervención y falta de apoyo de autoridades pertinentes y a la falta de promoción lo que genera un desconocimiento de lo que esta parroquia tiene por ofrecer a los turistas tanto locales, nacionales y extranjeros; lo cual se va procurar la idea de crear estrategias para dar a conocer el potencial de la parroquia de Crucita que tiene por ofrecer.

Palabras claves: restauración turística, satisfacción al visitante, gastronomía, oferta turística, servicio turístico.

Abstract

The present research was carried out in the Crucita Parish in Portoviejo City in the province of Manabí, its main objective was to identify the tourist catering service in the parish of Crucita and visitor satisfaction, where it was possible to learn and observe more about the gastronomy. of the parish, know what the offers they offer in the area, observe the type of service they provide to the clients who visit their establishments and allow us to see the satisfaction of the tourist who came to Crucita to consume a service. The methodology used corresponded to a series of investigative approach methods of an exploratory, descriptive, bibliographic and in situ nature, making the mandatory use of inventory sheets of cultural values, inventory sheets of dishes and surveys that were applied to managers or owners of the establishments and tourists who visited the Crucita Parish. Based on the information obtained in the results that were applied, it can be analyzed that the parish has great potential, but

today it is not being used well, due to the little intervention and lack of support from relevant authorities and the lack of promotion. which generates a lack of knowledge of what this parish has to offer to local, national and foreign tourists; which will seek the idea of creating strategies to publicize the potential that the Change has to offer.

Keywords: tourist restoration, visitor satisfaction, gastronomy, tourist offer, tourist service.

Introducción

El presente artículo aporta sobre la identificación de los servicios de restauración turística en la parroquia crucita y la satisfacción al visitante, en donde se dio a conocer cuál era el potencial que tiene la zona en cuanto es a la oferta gastronómica, a el tipo de servicio ofrecido y la satisfacción que el turista siente al visitar la parroquia de crucita. El servicio de restauración son un componente necesario dentro del desarrollo turístico de un determinado destino. Existen diferentes tipos de servicios de restauración desde los platos típicos locales hasta la alta cocina gourmet, cada uno de estos platos con su singularidad, pero todos con la semejanza de ser la atracción de paladares diversos.

Alrededor del mundo la calidad de un producto o el servicio de restauración turísticos se torna como un transcurso exigente, limitado por las posibilidades que tienen los clientes para satisfacer sus necesidades con un servicio o consumo bien ofrecido. El siguiente trabajo investigativo se realizó en un marco teórico donde se pusieron en vista diferentes variables del turismo. Se utilizó la metodología correspondiente donde se basó en la recolección de información de la oferta gastronómica que posee la Parroquia Crucita, las mismas que fueron de ayuda para realizar el análisis e interpretación de los resultados

Durante el estudio se estableció que los servicios de restauración, así como la atención que en ellos brinden, son relevantes en el desarrollo turístico de la parroquia de Crucita del cantón de Portoviejo de la provincia de Manabí.

Es por ello que se llevó a cabo la propuesta donde los resultados dirigieron a Diseñar/Planear un modelo de mejora y gestión de los servicios de restauración Turística en la parroquia, la misma que será netamente de beneficio para el mejoramiento del turismo gastronómico en la Parroquia, el cual permitió identificar los puntos, donde se realicen estrategias de publicidad y capacitaciones.

Alrededor del mundo la calidad de un producto o el servicio de restauración turística se torna como un transcurso exigente, limitado por las posibilidades que tienen los clientes para satisfacer sus necesidades con un servicio, consumo o bien ofrecido.

Uno de los problemas detectados en la parroquia sintetiza la carencia de estrategias que permitan mejorar los servicios de restauración turística en la parroquia Crucita con el fin de poder potenciar el desarrollo local con la finalidad de generar empleos e incrementar los ingresos de sus habitantes.

El servicio de restauración turística tiene una gran tarea en la atención a clientes dado que, en la mayoría de los bares, restaurantes, cafeterías, entre otros, los clientes se marchan insatisfechos por alguna razón u otra, sin embargo, muchas de las razones están dadas por errores que se cometen en el servicio dado que no se ha interiorizado que el cliente es lo más importante.

Para lograr la satisfacción y retención de los clientes, es necesario que la empresa cuente con políticas o prácticas de atención y servicio a los clientes que sean efectivas, de esta manera, el objetivo de la investigación se basó en identificar los servicios de restauración turística en la parroquia Crucita y la satisfacción al visitante que se vieron afectados por la insuficiencia del desempeño del servicio, del proceso del trabajo y la atención al turista.

La importancia de investigar este problema radica en que permitirá evaluar el servicio de restauración turística en la parroquia Crucita pues como se analizó en el planteamiento del problema existen deficiencias en el servicio las cuales necesitan ser identificadas puntualmente y en base a los resultados, proponer mejorarlas; analizando del mismo modo como estas deficiencias afectan la satisfacción de las personas que visitan la parroquia de Crucita.

También es importante mencionar que los habitantes de la parroquia de Crucita principalmente los restauranteros pertenecen a una de las plantas más importantes dentro de la actividad turística como es la restauración se involucran en el desarrollo turístico y económico de todo un sitio.

Cabe mencionar que es recomendable desarrollar estrategias en el servicio el cual se involucraría tanto a propietarios del negocio como a sus colaboradores, ya que una de las principales razones por la cual los clientes le dan preferencia a un lugar es por su servicio y por la atención brindada en aquel negocio, hoy en día la mejor propaganda que se le pueda dar a un lugar turístico es la que se genera mediante la recomendación que el mismo consumidor les da a otros.

Metodología

La metodología de investigación que se establece es una serie de pasos a seguir para poder conseguir los objetivos planteado dentro de un tema de análisis, la estructura a proceder depende del enfoque, tipo y método de investigación lo que logrará ayudar a determinar qué tipo de herramientas e instrumentos se tomará para poder levantar la información, alcanzando así responder a las preguntas de investigación y poder continuar a las conclusiones sobre un problema de análisis.

El presente trabajo se realizó en la parroquia de Crucita la bella del cantón de Portoviejo, la parroquia crucita está situada a 30 km de Portoviejo es el único balneario de este cantón manabita, cuenta con 13 km de playa, logrando así los datos para los siguientes métodos empleado durante la investigación: **Método Analítico y Sintético:** Consiste en la extracción de un todo, con el único fin de observar, examinar o estudiar detenidamente una cosa, logrando así su funcionamiento propio; y el método sintético es la composición de un todo mediante la unión de todas sus partes en donde se procede de lo simple a lo complejo, definiendo qué conexión tienen entre sí y cómo están afectando la realización del fenómeno en cuestión (Eliseo, 2009). **Método Exploratorio:** se realizó un análisis de los hechos que permite examinar el problema de la investigación poco estudiada, del cual se tienen muchas dudas o no se han abordado antes, generando un sentido de entendimiento y son altamente estructurados. **Método Estadístico:** Se recolectó la información cuantitativa lo que facilitará la definición de las condiciones a las cuales se llegará.

Las técnicas de utilizadas en la investigación fueron la **Investigación bibliográfica:** porque la recopilación de información se apoyó en las informaciones y documentos existentes en la institución (UNESUM), obras de autores de otros trabajos investigativos y en la tecnología como lo es el internet. El tipo de investigación bibliográfica ayudó a estudiar y formar las bases teóricas sobre los servicios de restauración turística en la parroquia crucita y la satisfacción al visitante, la información obtenida fue tomada de diferentes fuentes científicas y académicas como repositorios de universidades, revistas científicas y demás que tengan información relevante y verídica con el tema en análisis. **Observación científica:** Tiene la capacidad de describir y explicar el comportamiento de la obtención de datos recopilados, permitiendo identificar e insertar los contextos teóricos.

La encuesta: la encuesta con su instrumento; el formulario de Google de encuesta se usará para la aplicación a los visitantes para identificar cuáles

son los tipos de servicios de restauración que existe en la parroquia de crucita, para establecer el nivel de aceptación de satisfacción de los turistas que visitan la parroquia de Crucita con relación a los servicios de restauración y también para conocer la infraestructura y que oferta gastronómica tienen los establecimientos de esta localidad.

Población La parroquia de Crucita tiene 14050 habitantes según el Censo de Población y Vivienda, 2010, existiendo 7184 hombres y 6866 mujeres. De los cuales se estableció la muestra que permitió recabar información de suma importancia para el estudio realizado.

Resultados

Primero se identificó el tipo de oferta gastronómica que tiene la parroquia de Crucita.

Para la elaboración del inventario turístico de la parroquia de Crucita, se realizó una recopilación de información del tipo de oferta gastronómica que tiene el lugar, al inventariar se utilizarán las Fichas de inventario de valores culturales y ficha de inventario de platos se realizaron visitas a ciertos establecimientos de la parroquia donde hay más afluencia de clientes para poder obtener información verídica y fotografías de primer grado.

De igual manera se determinó cuáles son los tipos de servicios de restaurantes que existen en la parroquia de Crucita que entre ellos se encuentran Isabel Restaurant, Rímini Restaurant & Coctelería, Restaurant Aloha, Zona Fría Restaurant, Ramblas Bar-Restaurant, Restaurant Alas Delta. Cada uno de ellos con. De los datos obtenidos en la investigación se observa que el 50% de estos establecimientos tienen más de 18 años ofertando sus servicios el 33% tienen entre 10 a 17 años y 17% tiene entre 5 a 9 años atendiendo a turistas nacionales e internacionales generando una oferta gastronómica acorde a las exigencias de todos los visitantes que llegan a este hermoso balneario ubicado en la capital de los manabitas Portoviejo.

Crucita recibe turistas nacionales y extranjeros, los turistas que ingresan a la parroquia en su mayoría realizan sus visitas los fines de semana en donde hacen consumo sobre todo en los restaurantes y un poco porcentaje en alojamiento mediante reservaciones todo esto con el fin de disfrutar de sus productos y servicios que este lugar brinda.

En la encuesta realizada a los turistas que visitan estos establecimientos de alimentos y bebidas, se aprecia que hay clientes que van en busca de un servicio o producto siendo el porcentaje más alto el 83% que son visitantes

que llegan solo los fines de semana y el 17% restante acude a esta parroquia los días entre semana generando y reactivando la economía de este sector.

¿Porque solamente ofrece ese tipo de servicio de restauración y si a futuro pretender implementar algún otro tipo de servicio y que estrategia aplicaría para captar la atención de más visitantes?

Comentarios de los dueños/gerentes:

1. Porque facilita la comprensión y una elección más rápida para el cliente y por el momento solo se trabajará en este tipo de menú y una de las estrategias que se utilizará como promociones, ofertas para los días de semanas y promociones en días festivos.
2. Por el momento tenemos el servicio de menú, pero a futuro si estaríamos dispuestos a cambiar el tipo de servicio y productos para darle una mejor experiencia a los clientes y una de las estrategias que utilizaremos será noche de celebraciones, sorteos, promociones en días festivos entre otras cosas más con el fin de así atraer cliente a nuestro establecimiento.
3. Por ahora solo estamos ofreciendo el tipo de servicio de menú porque a los clientes le gusta la variedad y los platos que tienen una producción rápida y también por la lista de opciones a elegir y por el momento o quizás en un futuro cambiaremos o implementaremos otro tipo de servicio y unas de las estrategias sería ejecutar promociones en platos especiales de la casa, descuentos y lanzar ofertas especiales entre semanas.
4. Ofrecemos este tipo de servicio porque es la elección más rápida y porque nuestros clientes ya están acostumbrados y porque ofrecemos una comida que se relaciona con todos los mariscos que se produce en la parroquia y también se puede cambiar el menú diariamente y unas de las estrategias sería más promociones, concurso o sorteos de los platos que se oferta.
5. Se ofrece este tipo de menú porque es uno de los más alternativos y con precios cómodos al bolsillo del cliente para que así se sienta a gusto y degusten nuestro producto en un futuro si podríamos implementar algún otro tipo de servicio de restauración y unas de las estrategias que aplicaríamos sería, promociones flash, una publicidad más activa a los productos ofertados.

6. Por ahora solo se ofrece este tipo de servicio por la facilidad y porque ya sabemos todos los pasos a seguir para sacar un plato exquisito y así complacer a nuestros clientes y por el momento no vamos a implementar otro tipo de servicio de restauración y unas de las estrategias sería los descuentos, promociones, ofertas especiales.

Para finalizar se realizó un análisis FODA para identificar fortalezas, debilidades, amenazas y Oportunidades que tienen los servicios de restauración de la parroquia Crucita obteniendo los siguientes resultados:

Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
Buena ubicación geográfica. Buen ambiente laboral Trabajo en equipo Calidad del producto ofertado Precios competitivos	Personal no capacitado. Escasa experiencia. Incapacidad para ver errores. No ser propietarios del local. Deficiente promoción y publicidad. Insuficiente variedad del producto.
Oportunidades	Amenazas
Empresas públicas y privadas cerca de la zona. Demanda existente a este tipo de servicio. Competencia cercana un tanto débil. Posibilidad de ampliar la carta. Tendencias a los consumidores de buscar nuevas experiencias y sabores de comida.	Existencia de competencia cercana. Aumento del valor de la materia prima que obliga aumentar los precios de los productos ofrecidos. Clientes pocos fieles a nuestros productos.

En referencia a la satisfacción del cliente sobre el servicio

En cuanto a la satisfacción se logró obtener que el 100% de los encuestados correspondientes a 15 turistas que desde su punto de vista la gastronomía que ofertan dentro de la parroquia Crucita es muy buena. Cuando se le pregunto a los turistas sobre el personal que labora en los establecimientos de gastronomía, si fueron atendidos con amabilidad y cordialidad, del total de encuestados se obtuvo que el 47% considera que es buena la atención, seguido de un 40% que dijo que la atención fue neutral y un 13% considero que estuvo excelente la atención dentro del establecimiento. Dejando claro que se debe trabajar en cuanto a la atención al cliente para tenerlo satisfecho y sobre todo fidelizarlo considerando que cuando se ofrecen servicios la atención al cliente es primordial.

En cuanto a la interrogante de cantidad y precio solo el 60% de los encuestados están satisfechos con las porciones que sirven los centros de alimentos y bebidas mientras que el 40% considera que es muy pequeña la porción sobre el precio de los platillos. En lo referente al tiempo de espera el 53% considera que es un tiempo adecuado para el servicio recibido mientras que el 27% no está de acuerdo ni en desacuerdo sobre el tiempo de espera es decir es neutral sobre la opinión hacia la interrogante, pero el 20% considera que el tiempo de espera es muy prolongado sobre el servicio recibido. Sobre el aspecto de los empleados de los centros de alimentos se obtuvo que el 100% de los encuestados menciono que todos los empleados tienen un aspecto limpio y aseado.

Discusión

Para la elaboración del inventario turístico de la parroquia de Crucita, se realizó una recopilación de información del tipo de oferta gastronómica que tiene el lugar, al inventariar se utilizarán las Fichas de inventario de valores culturales y ficha de inventario de platos fichas, en donde de acuerdo al inventario realizado de la oferta gastronómica con la visita a los seis establecimientos que representa al 100% se determinó que tienen como base principal los platos más representativo de sus establecimientos, como lo son el arroz mariner, chicharrones mixtos, ceviche mixtos, pescado frito, concha asadas y los cócteles. Según Carvajal Garcia (2023), determina que la oferta gastronómica tiene aspectos muy positivos, como el personal que este encargado de la cocina, su sazón es muy exquisita; se considera de igual forma como una fortaleza que los establecimientos de esta zona han sido construcciones que han sido pensado y realizadas con temática de turismo de playa. Uno de los aspectos negativos que suceden, al igual en los negocios restauranteros de la localidad de San Pablo, del cantón Santa Elena es que la mayoría de negocios no tienen publicidad por redes sociales, lo que le atribuye principalmente desconocimiento de la información y comunicación para poder brindar sus ofertas gastronómicas.

Carvajal Garcia, (2023), tiene una visión semejante a nuestra investigación misma que nos permitió realizar el segundo objetivo y así poder aplicarlo se buscó información en fuentes confiables para poder así formular preguntas relacionadas con el tipo de servicio de restauración, en donde estas encuestas se fueron aplicadas a seis gerentes/dueños que representa al 100% de los establecimientos encuestados todo esto con el fin de saber cuáles eran los tipos de servicio que existe en donde se analizó que ellos utilizan o con el que más se trabaja es con el tipo de servicio de menú donde este es una de

las alternativas más económicas y que está al alcance del cliente. Pero como menciona Reyes Martínez (2022) los dueños de los restaurantes han observado como logran visualizar su negocio, es decir como ellos notan su esfuerzo y lo que quieren transmitir con su comida a su vez es el reflejo de como el servicio de restauración y de la oferta gastronómica busca tener ya sea un ambiente cálido y hogareño con la suposición de que sea acogedora y que exista una variedad de oferta gastronómica Bravo Chicoma (2022).

Para poder realizar el tercer objetivo y así poder alcanzar los resultados se formuló una serie de preguntas con el fin de aplicar encuestas a los turistas que llegaban a la parroquia de Crucita, se tomó como prueba a quince turistas que representa al 100% tantos locales y nacionales que han estado en conexión con la relación a los servicios de restauración ofrecido, donde se puede evidenciar que un 90% de los visitantes se encuentran satisfechos ya sea con los servicios de cordialidad, las comodidad de las instalaciones y equipamientos, estados de los servicios higiénicos, la atención recibida de personal hacia los turistas y otros tipos de servicios y un 10% en disgusto por la ración de los alimentos servidos que no es la que ellos esperan. La comida tradicional juega un papel en la satisfacción del comensal, en este sentido se podría decir que la satisfacción de los turistas con su experiencia en la cocina local puede ocasionar consecuencias en la imagen general de un destino turístico, por ende han sugerido mejorar el servicio al cliente y prestar atención al control de calidad de los atributos relacionados con la comida y el ambiente (decoración, limpieza, música, etc.).

Conclusiones

Se puede concluir que de acuerdo al inventario realizado de la oferta gastronómica con esta investigación se determinó que tienen como base principal la alimenticia de mariscos en donde se tomaron como muestras seis establecimientos de la zona los cuales tuvieron mucha relevancia porque nos permitió conocer los productos que son más ofertados en la parroquia de Crucita, estas herramientas fueron de gran importancia porque se puede obtener una indagación más precisa y clara para poder elaborar el inventario de las fichas gastronómicas y así comprender más acerca de los productos y servicios gastronómicos que elaboran en dicho lugar y entender cuáles son los más representativo de sus establecimientos, como lo son el arroz marinero, chicharrones mixtos, ceviche mixtos, pescado frito, concha asadas y los cócteles.

Para la obtención del siguiente resultado se formuló y se aplicó encuestas a los gerentes encargados de los establecimientos donde el fin de esta inves-

.....

tigación era conocer cuáles eran los tipos de servicios de restauración que existen y que ellos brindaban a los clientes que van a consumir su servicio en donde se puede observar y concluir que el tipo de servicio que ellos ofrecían era el tipo de menú en donde se utiliza como instrumento de comunicación y venta de la oferta de alimentos y bebidas, un listado de platos, a través del cual el consumidor hace su elección para seleccionar lo que va a consumir.

El turista que visita la parroquia de Crucita tiene una relación positiva en relación al producto gastronómico de la localidad, por lo cual se puede concluir que la gastronomía que se ofrece en la zona está posicionada en la mente del turista que lo visita, para el resultado de este se encuestó a turistas que visitaban la zona en días de semana y los fines de semana en donde se le realizó preguntas sobre el nivel de satisfacción con relación a los servicios de restauración ofrecidos en los establecimientos en donde la mayoría de los encuestados se mostraron satisfechos ya sea con los servicios de cordialidad, las comodidad de las instalaciones y equipamientos, estados de los servicios higiénicos, la atención recibida de personal hacia los turistas que iban a consumir su servicios ofrecido este trabajo de campo también demostró que dichos turistas se sienten seguros en los restaurantes, por lo cual se considera que los restaurantes tienen adecuadas medidas de seguridad.

Referencias bibliográficas

Bravo Chicoma, G. L. (2022). *Propuesta de Mejoramiento de Infraestructura Turística del Refugio de Vida Silvestre Laquipampa*. Obtenido de Propuesta de Mejoramiento de Infraestructura Turística del Refugio de Vida Silvestre Laquipampa: https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4774/1/TL_BravoChicomaGreyci.pdf

Carvajal García, M. A. (15 de marzo de 2023). *Uso de las tecnologías de la información y comunicación en promoción de ofertas gastronómicas en la comuna San Pablo, provincia de Santa Elena*. Obtenido de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/5100/1/CARVAJAL%20GARCIA%20MOISES%20ADRIAN.pdf>

Reyes Martínez, R. (2022). *La cocina local en la oferta gastronómica de la Parroquia Atahualpa*. Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/2475e512-be3f-4818-8c60-cff8200af935/content>

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo IV

Diseño de ruta turística para el desarrollo turístico de la comunidad El Junco y La Laguna, provincia de Manabí

AUTORES: Bryan José Navarrete Cedeño; Boris Miguel López Vera



SABEREC 5.0

Resumen

Los atractivos turísticos son la clave a la hora de hablar de desarrollo turístico de un destino, por ese motivo en la presente investigación se tomó dos comunidades, el Junco y La Laguna de la provincia de Manabí, para la implementación de una ruta turística con enfoque al desarrollo, donde se consideró cada uno de los atractivos existentes en las mismas, comenzando con objetivos que inician desde la identificación, valorización y jerarquización de los atractivos, la cual se logró encontrar siete atractivos que se dividen en manifestaciones culturales y atractivos naturales. Se realizó un diagnóstico de la preferencia turística de los habitantes de las comunidades, donde se trabajó con una población de 129 personas, y se creó y se aplicó una gráfica relacionada a la técnica de encuestas, la cual trabaja con dos etapas fundamentales, la sociodemográfica y preferencia turística, dichas etapas se complementaron con 13 preguntas que fueron determinantes para el análisis final del diagnóstico. El diseño de la ruta turística fue gracias a los pasos de estructuración del MINTUR, iniciando con un análisis situacional del entorno turístico de las comunidades y se diseñó la ruta con la herramienta de Google Earth, y por último se terminó con un itinerario personalizado. Es muy importante mencionar que sin la digitalización no sería posible lograr una promoción turística adecuada, por ese motivo damos iniciativa al marketing turístico con folletos digitales que ayuden a la difusión de la información, generando interés de la demanda turística y economía los habitantes de las comunidades

Palabras clave: ruta turística, desarrollo sostenible, atractivos turísticos, inventario, diseño, marketing digital.

Abstract

Tourist attractions are the key when it comes to talk about tourism development in a destination, for this reason in this research two communities were taken, El Junco y La Laguna from province of Manabí, for the implementation of a tourist route with a focus on the development, where each one of the existing attractions in these areas were considered, starting with objectives that begin with the identification, valorization and categorization of the attractions, which we were able to find seven attractions that are divided into cultural and natural attractions. It carried out a diagnostic of the tourist preference of the residents of the communities, where it worked with a population of 129 people, and it created and applied a graphic related to the survey technique, which works with two fundamental stages, the sociodemographic and tourist preference, these stages were complemented with 13 questions that were decisive for the

final analysis of the diagnostic. The design fo the touristic route was made possible thanks to the structuring steps taken by MINTUR (Ministry of Tourism), the first step was a situational analysis of the communities' tourism environment and the route was designed with the Google Earth tool, and finally it concluded with a personalized itinerary. It is very important to mention that without digitalization it would not be possible to achieve adequate tourism promotion, for that reason we give initiative to tourism marketing with digital brochures that help to the diffusion of information, generating interest from the tourist demand and economy of the populations of the communities.

Keywords: tourist route, sustainable development, tourist attractions, inventory, design, digital marketing.

Introducción

La elaboración de una ruta turística en las comunidades El junco y La laguna, es el principal factor para la implementación del desarrollo turístico local de las zonas, por este motivo se inició ejecutando un inventario turístico, que fue efectuado con fichas de reconocimiento, valorización y jerarquización de los atractivos turísticos, donde se encontraron siete atractivos que se comparte entre naturales y culturales muy distintivos de las comunidades tanto en el hábito territorial como social y cultural, sin embargo, aunque la identificación de los dichos atractivos sea clave, se tiene que realizar otros estudios para la estructuración o diseño de la ruta turística, debido a lo antes mencionado, se llevó a cabo un diagnóstico de la preferencia turística con la finalidad de aplicar en el diseño de la ruta turística, las exigencias actuales de la población de estudio, que en el caso de la presente investigación fue aplicada 129 personas, que aportaron con su participación, y resolvieron las interrogantes en un formato de encuesta in situ. Para la resolución del diagnóstico se aplicaron dos etapas basadas en la técnica de encuesta, las cuales están representadas con el socio demografía y la preferencia turística, el diagnóstico fue dado con la descripción de los resultados de toda la población y se interpretó con gráficas y el porcentaje mayoritario de cada opción de las preguntas. ¿De qué forma se crea una ruta turística?, cuando iniciamos una investigación que tenga como objetivo crear un producto turístico que ayude a impulsar el turismo y al desarrollo local de una o varias comunidades, se debe entender que existen proceso estructurados que facilitan la resolución del propósito de estudio, por ese motivo se implementó los pasos, desarrollado por la dirección de productos y destinos (MINTUR, 2019), donde inicia con el análisis del destino.

Por lo tanto, se trabajó en un análisis situacional con orientación al entorno turístico de las comunidades El junco y La laguna, la cual se llevó a cabo mediante la matriz FODA, y se destacaron todas las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de cada comunidad, luego de realizar este análisis se comenzó con el diseño de la ruta turística con la herramienta de Google Earth, y se identificaron los lugares específicos donde se realizan las actividades, que en el aspecto de la investigación se desempeñan en el coliseo de la comunidad la laguna, el mirador de la laguna, el atractivo natural la laguna, la cancha comunitaria de la comunidad El junco, la iglesia cristo rey y la propiedad del curandero local Don Joffre Chumo, donde se celebra el campeonato de indor inter comunal la laguna, Feria del maíz, Fiesta de san pedro y san pablo, Fiestas patronales en honor a cristo rey.

Con el diseño ya definido, se hizo un itinerario donde se detalla cada actividad y sus temporalidades de acuerdo a la manifestación cultural. Por otra parte, la ruta turística como producto debe tener una debida promoción turística, por esta razón se aplicó el marketing turístico digital, y se elaboró un logo de la ruta turística que lleva como nombre "El encanto Manaba" dicho logo fue desarrollado con todos los aspectos cruciales de las comunidades y su relación con los atractivos turísticos existentes que lo hace único en la región, y se presentó folletos digitales como publicidad turística.

Metodología

La metodología de estudio se presentó inicialmente con el método cualitativo, la cual permitió realizar un análisis turístico de las comunidades el Junco y La laguna, logrando identificar los atractivos con directrices en forma de etapas para el inventariado turístico y con fichas especializadas de la (Dirección de Planificación de Destinos Turísticos; MINTUR, 2017), dando paso a la observación y generando un análisis del entorno turístico, muy detallado. Sin embargo, se tomó en consideración el método cuantitativo, debido a que se diseñó una gráfica estructurada, clave para diagnosticar la preferencia turística mediante la técnica de encuesta, que se direccionó a 129 personas, que pertenecen a la población de estudio, y se deriva de acuerdo a los resultados obtenidos por el porcentaje mayoritario de cada pregunta que conforma la etapa de socio demográfica y preferencia turística, de esta forma llegando a la creación de la ruta turística personalizada que ayude al desarrollo turístico de las comunidades El junco y La laguna. El análisis del entorno turístico fue crucial para dar inicio al diseño de la ruta turística, ya que forma parte de la estructura de la misma, de acuerdo al (MINTUR, 2019) que comprende un análisis del destino aplicando la matriz FODA, destacando un análisis indi-

vidual de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de las dos comunidades. Plantear un modelo de turismo sostenible e inteligente da oportunidades que no solo está vinculado a la competencia del destino si también con la sostenibilidad, ya que se considera que ambas están ligadas (Molina Azorín, y otros, 2022).

Figura 2.

Proceso de elaboración del inventario turístico.

Elaboración del inventario de atractivos turísticos	Generación de espacios turísticos
<u>Fase I: Levantamiento y Registro</u> Identificación y clasificación Levantamiento de información primaria y; Verificación con información secundaria	<u>Fase I: Identificación y Asociatividad de atractivos</u> Identificación de atractivos turísticos Asociación de los atractivos turísticos
<u>Fase II: Ponderación y Jerarquización</u> Definición de criterio de evaluación Ponderación de criterios Jerarquización de atractivos turísticos	<u>Fase II: Tipificación de Espacios Turísticos</u> Espacialización de información base y temática Análisis geográfico Tipificación de espacios turísticos
<u>Fase III: Sistematización geográfica de las fichas</u> Selección de atributos Conversión de Base de Datos (DB) a Base de Datos Geográfica (GDB) Catalogación de los atractivos según Catálogo Nacional Generación del mapa de atractivos turísticos	

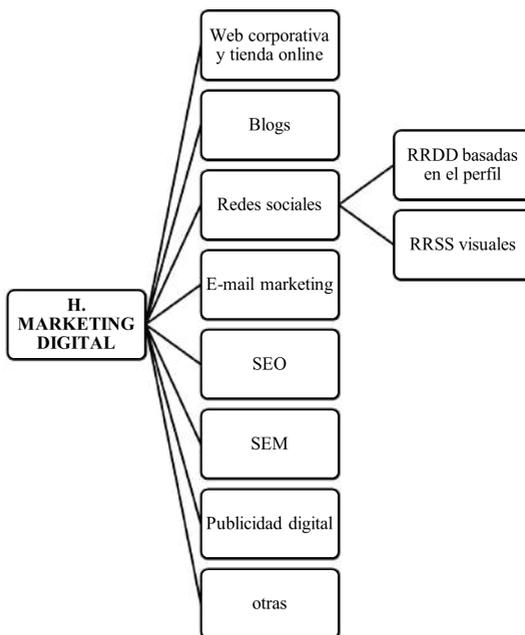
Nota. Adaptado de Dirección de Planificación de Destinos Turísticos (MINTUR, 2017)

La sustentabilidad del estudio es gracias a la recopilación de información con bases científicas teóricas que nos facilita el método bibliográfico, que en el caso de la investigación se encaminan al diseño de la ruta turística adaptada a las necesidades utilizando para su ilustración la herramienta Google Earth, y con enfoque al marketing digital para la promoción turística con herramienta de diseño Canva, que en conjunto permitan la difusión de información a la demanda turística (Target) y genera el desarrollo económico de las comunidades el Junco y la laguna. Se puede intuir que la actividad turística ha tenido un

crecimiento a nivel global, vinculada con los componentes tecnológicos, que debido a la competitividad las empresas turísticas están obligadas a acoplarse y utilizar estas tecnologías para disminuir los costos, acomodar precios y el diseño de sus productos, adecuándolos a las preferencias de los clientes potenciales con las exigencias pertinentes de los mismos (Carrasco R., 2019).

Figura 3.

Herramientas del Marketing digital.



Nota. Adaptado de Membiela-Pollán y Pedreira-Fernández, 2019.

Resultados

Para elaborar un inventario turístico se debe considerar un sin número de características in situ que se manejan acorde a la técnica de observación, ya que son cruciales para la identificación de los mismos, que bajo este contexto serían necesarios para la utilización de las fichas especializadas, que facilitan la valoración, ponderación y clasificación de recursos naturales y culturales dentro de un destino determinado. Existen nueve criterios de valoración que los sustenta el (MINTUR, 2017) y que fueron respetados para la elaboración del inventario turístico de las comunidades El junco y La laguna de la provincia de Manabí, y están derivados desde la accesibilidad y conectividad, la planta

turística, entorno, higiene y seguridad, políticas y regulaciones, actividades, difusión, medios de promociones y comercialización, registró de visitante y afluencia y los recursos humanos (MINTUR, 2017), cada una de estos criterios están sujetos a una ponderación que va asignada de acuerdo al análisis de cada atractivo turístico.

Tabla 9.

Rango y jerarquía de Atractivos Turísticos.

Rango	Jerarquía
86-100	IV
61-85	III
36-60	II
11-35	I
0-10	RECURSO

Fuente: (MINTUR, 2017) adaptado por el autor.

Tabla 10.

Descripción de Jerarquización de atractivos turísticos.

Jerarquización	Jerarquización descripción
Jerarquía IV	Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial) y presenta las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos relevantes enfocados al mercado nacional e internacional.
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 y presenta las condiciones adecuadas para el desarrollo de productos turísticos enfocados al mercado nacional e internacional.
Jerarquía II	Atractivo con algún rasgo llamativo que presente condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales.
Jerarquía I	Atractivo que presenta condiciones mínimas para generar productos, como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.
Recurso	Es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

Fuente: (MINTUR, 2017) adaptado por el autor.

Después finalizar las fichas se encontraron siete atractivos turísticos perteneciente a las comunidades El junco y la Laguna, y se determinó la existencia de cinco atractivos culturales con categoría manifestación cultural y dos atractivos naturales.

Tabla 11.

Resultado de las fichas de inventariado de los Atractivos turísticos de la comunidad el Junco y La laguna.

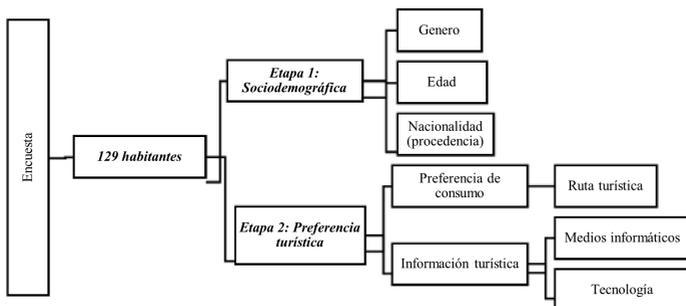
Atractivos naturales y culturales.	Ubicación	Categoría	Tipo	Subtipo	Evaluación técnica (total 100) Ponderación	Jerarquía
Campeonato intercomunitario la laguna	Provincia de Manabí, parroquia Charapoto comunidad la laguna.	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Eventos deportivos	43	II
Feria del maíz	Provincia de Manabí, parroquia Charapoto comunidad la laguna, en vía la laguna-el junco.	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	35	II
La laguna	Provincia de Manabí, parroquia Charapoto comunidad la laguna.	Atractivos naturales	Ambientes lacustres	Laguna	34.5	I
Medicina ancestral - Joffre Chumo.	Provincia de Manabí, parroquia Tosagua comunidad el junco.	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Medicina ancestral	37	II

Fiestas patronales en honor al patrono cristo rey	Provincia de Manabí, parroquia Tosagua comunidad el junco, vía el junco-las yucas.	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	37	II
Fiesta san pedro y san pablo	Provincia de Manabí, parroquia Charapoto comunidad la laguna, en vía la laguna-el junco.	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	35,5	I
Mirador la laguna	Provincia de Manabí, parroquia Charapoto comunidad la laguna.	Atractivos naturales	Montañas	Baja montaña	24,5	I

Los resultados reflejan una variación de jerarquía entre los atractivos turísticos, donde el campeonato intercomunitario de la laguna, la feria del maíz, la medicina ancestral - Joffre Chumo y las fiestas patronales en honor al patrono cristo rey tienen una jerarquía de II, representando un rango de 36 - 60 en la escala de jerarquización, por otra parte, la laguna, la fiesta san pedro y san pablo y Mirador la laguna equivale a un rango de 11- 35 de ponderación. Con el inventario concluido se puso en marcha el diagnóstico de la preferencia de los habitantes de la comunidad El junco y La laguna, con una población correspondiente a la muestra de 129 personas, donde se consideró lo expuesto por Morales Pérez (2006), la cual concuerda que el desarrollo local es el aumento gradual de la economía de una sociedad, que mantiene sus dimensiones (socioculturales, económicas, políticas o administrativas). Sin embargo, al hablar de desarrollo local es importante mencionar el desarrollo sostenible por ese motivo se tomó en cuenta a Gómez López (2020). Con su concepto del mismo, ya que comprende que es aquel que permite incrementar o afrontar todas las necesidades de la población, sin amenazar a las futuras generaciones.

Figura 4.

Etapas de la encuesta para el desarrollo del diagnóstico de estudio.



Es importante comprender que para el desarrollo de un producto turístico se debe hacer un análisis de la demanda y la oferta turística, de esta forma se desarrollará uno o varios productos turísticos adecuados a las necesidades existentes para una mayor aceptación que garantice el flujo económico a quienes lo apliquen, por este motivo el diagnóstico de la preferencia turística es crucial para entender al mercado turístico que va dirigido en este caso en específico el diseño de la ruta turística para el desarrollo local de las comunidades El Junco y La laguna de la provincia de Manabí. En la etapa dos de preferencia turística, se derivó dos características, las cuales son la preferencia de consumo tomando en consideración lo expuesto por Escobedo-Garrido y Jaramillo-Villanueva (2019), que indica que si es posible valorar la preferencia del consumidor a través del valor que le coloque los mismos, siempre y cuando se utilice un indicador, que en el caso de la presente investigación es de acuerdo a las preguntas de la encuesta y a la cantidad de respuesta que se genere, dando como resultado un porcentaje mayoritario de cada pregunta hecha in situ para su diagnóstico, por otra parte, tenemos la característica de la información turística, el enfoque es dirigido a los medios informáticos preferidos por la población de 129 personas y la involucración de la tecnología para dicha evaluación que encamine la difusión de información para el correcto marketing digital de la ruta turística. Por lo tanto, es importante mencionar que el marketing no depende de las áreas de marketing, ventas o relaciones públicas como labor compleja. Con este sentido las empresas turísticas debe considerar las necesidades e intereses de los mercados para generar este impacto a sus clientes de forma efectiva y eficiente que su competencia, consiguiendo lo mejor para sus consumidores y de la colectividad (Carrasco R., 2019).

Tabla 12.

Etapas y sus interrogantes.

Encuesta	
Etapa 1: sociodemográfica	1.- ¿Género (Sexo)?
	2.- ¿Edad (años)?
	3.- ¿Nacionalidad?
Etapa 2: preferencia turística	4.- ¿Conoce usted las comunidades El Junco y La laguna, del cantón Tosagua y Charapoto, provincia Manabí?
	5.- ¿Cuál es el motivo por el cual usted visitaría a las comunidades El Junco y La laguna?
	6.- ¿Cuál es el medio por el cual usted conoce las comunidades El Junco y la laguna?
	7.- ¿Tiene el conocimiento de los atractivos naturales y culturales en las comunidades El Junco y a La laguna?
	8.- ¿Usted conoce alguna ruta turística en las comunidades El Junco y a La laguna?
	9.- ¿Usted qué tipo de ruta turística preferiría conocer en las comunidades de estudio?
	10.- ¿Le gustaría visualizar los atractivos turísticos de la comunidad El Junco y la laguna y hacer uso de la misma?
	11.- ¿Considera usted que la ruta turista ayudara a promocionar los atractivos turísticos de la comunidad El Junco y la laguna?
	12.- ¿Considera usted que al diseñar una ruta turística en las comunidades se contribuirá a la mejora económica de los sectores?
	13.- ¿Cómo le gustaría recibir información de la ruta turística de las comunidades El junco y La laguna?

Tabla 13.

Diagnóstico de la preferencia de la población de estudio para el desarrollo de la ruta turística.

1.- ¿Género (Sexo)?			
Masculino	75	Femenino	54
En base a la primera pregunta, se encontró un total de 75 hombres, con un porcentaje 58% y 54 mujeres con un porcentaje del 42%, representada en la población encuestadas de 129 personas de la parroquia Tosagua.			
2.- ¿Edad (años)?			
Menor de 18 años	15	De 19 a 30 años	64
De 31 a 40 años	24	Mayores de 41 años	26
Se estableció que la población mayormente era de edades entre los 19 y 30 años con porcentaje del 50%, a comparación de la población minorista, la cual fueron menores a 18 años con un 12%, sin embargo, se encontró también a los mayores de 41 años con 20 % y por último a la población entre 31 y 40 años de edad con el 18 %.			
3.- ¿Nacionalidad?			
Ecuatoriana	129	Extranjero	0
Con relación a la nacionalidad de la muestra en gestión, se comprobó que el total de 129 personas son ecuatorianos no extrajeron dando como resultado el 100% de los encuestados.			
4. ¿Conoce usted las comunidades El Junco y La laguna, del cantón Tosagua y Charapoto, provincia Manabí?			
Si	129	No	0
De igual manera que la pregunta anterior el 100% de los encuestados mencionaron conocer la comunidad el Junco y la laguna.			
5. ¿Cuál es el motivo por el cual usted visitaría a las comunidades El Junco y La laguna?			
Trabajo	11	Estudio	13
Visita de familia y amigos	95	Turismo	10
Podemos definir que la motivación de viaje de los encuestados a las comunidades es por el 74% visitas de familiares y de amigos, y su segunda motivación por el 10% es de estudio, a comparación del 8 % que está representado por turismo y trabajo.			
6.- ¿Cuál es el medio por el cual usted conoce las comunidades El Junco y la laguna?			
Amigos y Familiares	129	Prensa	0
Redes sociales	0	Radio o TV	0
Los encuestados conocen la comunidad el junco y la laguna a través de amigos y familiares con un total del 100% de los mismo.			
7.- ¿Tiene el conocimiento de los atractivos naturales y culturales en las comunidades El Junco y a La laguna?			
Si	84	No	43

De acuerdo a las respuestas de los encuestados se determinó que el 66% tiene conocimientos de los atractivos naturales y culturales de las comunidades y el 34% no tenía conocimientos de los atractivos existentes.			
8.- ¿Usted conoce alguna ruta turística en las comunidades El Junco y a La laguna?			
Si	0	No	129
Los encuestados no tienen conocimiento de alguna ruta turístico en las comunidades y se demuestra con el 100% con repuesta negativa a la pregunta en cuestión.			
9.- ¿Usted qué tipo de ruta turística preferiría conocer en las comunidades de estudio?			
Ruta Turística Cultural	57	Ruta Turística de salud	10
Ruta Turística Gastronómica	15	Ruta turística de Naturaleza	13
Ruta turística de aventura	18	Ruta turística de religión	16
Con un 44% se verifico que los encuestados prefieren las rutas turísticas culturales, y con un 14% las rutas turísticas de aventuras, a comparación del 12% que está representado por las rutas turísticas gastronómicas y de región, con el 10% las rutas turísticas de naturaleza y por último la ruta turística de salud con un porcentaje del 8%.			
10.- ¿Le gustaría visualizar los atractivos turísticos de la comunidad El Junco y la laguna y hacer uso de los mismo?			
Si	123	No	6
La gran mayoría de los encuestados prefieren visitar los atractivos de las comunidades y hacer uso de ellos, esto se demuestra con el 72%, a diferencia del 28% de encuestados que prefieren no conocer los atractivos de las comunidades.			
11.- ¿Considera usted que la ruta turista ayudara a promocionar los atractivos turísticos de la comunidad El Junco y La Laguna?			
Si	129	No	0
Por otra parte, se refleja que los encuestados creen que la ruta turística si ayudara a la promoción turísticas de los atractivos de las comunidades de estudio y se refleja con el 100%.			
12.- ¿Considera usted que al diseñar una ruta turística en las comunidades se contribuirá a la mejora económica de los sectores?			
Si	129	No	0
Es muy importante reconocer que los encuestados con el 100% demuestra que si consideran que la creación de la ruta mejorara la situación económica de las comunidades.			
13.- ¿Cómo le gustaría recibir información de la ruta turística de las comunidades El junco y La laguna?			
Redes sociales	33	TV	12
Páginas web	25	Folletos digitales	35
Revista	14	Radio	10
De acuerdo a la última interrogante podemos definir que los encuestados prefieren que la información sea dada por folletos digitales con un porcentaje de 27%, la segunda opción son las redes sociales con un 26%, y un 19% prefiere que sea por páginas web, un 11 % por revista, 9% vía radio y un 8% a través de la TV.			

Con los resultados obtenidos previamente se puso en marcha el diseño de la ruta turística para el desarrollo turístico de las comunidades El junco y La laguna, y se estructuró con los pasos Desarrollado por la dirección de productos y destinos (MINTUR, 2019) que inician con el análisis del destino, el diseño de la ruta turística, el desarrollo e implementación de la misma y culminando con la monitorización, por ese motivo se realizó un análisis del entorno turístico de cada comunidad considerando la matriz FODA, para dicha finalidad.

Tabla 14.

Análisis situacional del entorno turístico de la Comunidad La laguna (FODA).

Fortalezas	Oportunidades
Recursos naturales y culturales únicos que atraen a los turistas. Encanto y autenticidad rural que ofrece experiencias únicas. Tradiciones culturales y gastronomía local única. Hospitalidad y amabilidad de la comunidad local.	Programas de financiamiento y apoyo para futuros proyectos de desarrollo turísticos. Aprovechamiento de la tecnología para la promoción del destino a través de plataformas digitales y redes sociales. Diversificación de la economía local y generar empleo. Implementación de programas de capacitación para mejorar la calidad turística.
Debilidades	Amenazas
Infraestructura turística limitada. Insuficientes servicios de transporte turístico para acceder a la comunidad. Escasa promoción y comercialización de la comunidad. Estacionalidades turísticas, por periodos de baja afluencia turística.	Impacto negativo del turismo en el medio ambiente y la cultura local. Eventos naturales imprevistos que pueden afectar la seguridad de los turistas. Competencia de destinos turísticos más desarrollados. Falta de apoyo de la entidad gubernamental para el desarrollo del turismo local.

Tabla 15.

Análisis situacional del entorno turístico de la Comunidad El junco (FODA).

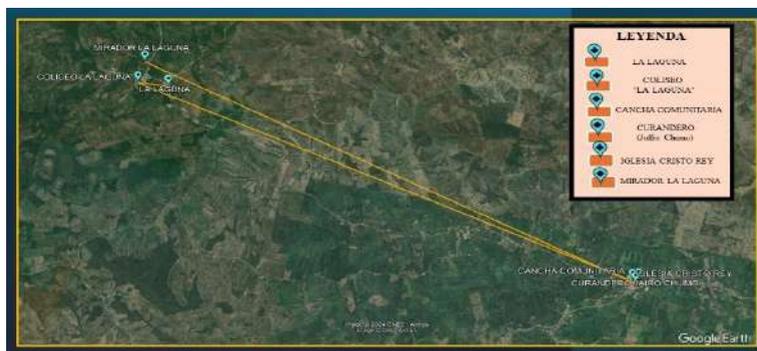
Fortalezas	Oportunidades
Tradiciones locales y festividad cultural. Infraestructura básica en desarrollo. Hospitalidad y amabilidad de la comunidad local. Proximidad a áreas urbana que puede aumentar el potencial turístico.	Desarrollo de rutas turísticas en conjunto de comunidades vecinas. Creación de eventos que celebren la cultura local y las tradiciones. Acceso a programas de ONG para el desarrollo de turismo local. Implementación de programas de capacitación para el desarrollo turístico.
Debilidades	Amenazas

<p>Escases de personal capacitado en el ámbito turístico. Falta de servicios de transporte turístico. Carencia de actividades turísticas. Falta de implementación de marketing digital en la promoción de la comunidad.</p>	<p>Crisis económica que afecta al gasto en el turismo. Perdidas de tradiciones y cultura debido a la influencia externa. Competencia de destinos turísticos más desarrollados. Posible impacto negativo al cambio climático por la afluencia turística.</p>
--	--

Ruta turística

Figura 5.

Ruta turística El encanto Manaba.



Logo

Figura 6.

Logo de la ruta turística encanto Manaba.



Para lograr que los atractivos turísticos de la comunidad el Junco y La laguna, sea promocionados de acuerdo con las estrategias de marketing digital para el desarrollo turísticos de las comunidades, se comenzó desglosan-

do los objetivos para su previa implementación de acuerdo con el orden de cada uno, y los diferentes procedimientos que permitieron la evolución de los resultados de forma positiva. Por ese motivo es importante destacar a Caro, Luque y Zayas (2015), que determina los tipos de tecnología se usan para la promoción de un producto o destino de acuerdo con el interés (Cultural o natural), para utilizarlas de acuerdo con su eficacia, de esta forma poder medir el impacto de la misma con el turismo, la cual se proyecta con seguridad un entorno financiamiento ejecutado.

Publicidad digital:

El marketing digital se puede presentar en diferentes facetas, sin embargo, para la propuesta de la investigación se estableció como método la publicidad digital, y se realizó un formato de folleto representado con plataforma Canva, pero también existen otras

plataformas tal como Flippingbook, son herramientas online que permiten la creación con formatos de diseño de manera útil y fácil para quienes desea tomar una alternativa de innovación digital. Bajo este contexto se considera a Tauro (2023), ya que determina que la publicidad digital son todos los métodos de comunicación digital, la cual hace referencia a la variedad de publicidades que dan gracias al internet.

Folleto digital:

Figura 7.

Folleto digital promocional de la ruta turística encanto Manaba.



Figura 8.

Folleto digital promocional de la ruta turística encanto Manaba.



Tabla 16.

Itinerario de la Ruta Encanto Manaba.

Itinerario				
<i>Festividad</i>	<i>Tiempo</i>	<i>Hora</i>	<i>Lugar</i>	<i>Actividad</i>
Campeonato de indor intercomunal la laguna	15/6/2024	10:00AM -10:30AM	Recogida de punto de partida.	Traslado
		12:00PM - 13:00PM	Comunidad de la laguna"	Visita a la laguna de la comunidad - observación de fauna y flora.
		13:00PM -13:40PM	Coliseo "la laguna"	Refrigerio
		14:00PM - 19:00PM	Coliseo "la laguna"	Contemplación de campeonato
		19:00PM -19:30PM	Coliseo "la laguna"	Retorno al punto de partida – traslado
Feria del maiz	22/6/2024	08:00AM - 08:30AM	Recogida de punto de partida.	Traslado
		08:30AM - 09:00AM	Transporte	Refrigerio
		09:00AM - 16:00PM	Coliseo "la laguna"	Contemplación del evento de acuerdo con las presentaciones establecidas
		16:00PM - 16:30PM	Coliseo "la laguna"	Retorno al punto de partida – traslado

Fiesta de san pedro y san pablo	27/7/2024	13:00PM - 13:30PM	Recogida de punto de partida.	Traslado
		13:30PM - 17:00PM	Coliseo "la laguna"	Contemplación del evento deportivo
		17:00PM - 18:00PM	Traslado	Camping
		18:00PM - 18:30PM	Retorno al coliseo "la laguna"	Traslado
		18:30PM - 11:30PM	Coliseo "la laguna"	Baile
	28/7/2024	11:30PM - 12:00AM	Retorno a la zona de camping	Traslado
		08:30AM - 09:00AM	Zona de camping	Refrigerio
		09:30AM - 10:30AM	Recogida de punto de partida.	Traslado

Fiestas patronales en honor a cristo rey	30/10/2024	13:30PM - 14:00PM	Recogida de punto de partida.	Traslado
		14:00PM - 15:00PM	Comunidad El junco	Practica de medicina ancestral.
		15:00PM - 19:00PM	Cancha comunitaria	Contemplación del evento de acuerdo con las presentaciones establecidas
		19:00PM - 19:30PM	Traslado	Camping
		19:30PM - 20:00PM	Retorno al coliseo "la laguna"	Traslado
		20:00PM - 11:30PM	Coliseo "la laguna"	Baile
	31/10/2024	11:30PM - 12:00AM	Retorno a la zona de camping	Traslado
		08:30AM - 09:00AM	Zona de camping	Refrigerio
		09:30AM - 10:30AM	Comunidad la laguna	Traslado
		10:30AM - 11:30AM	Mirador la laguna	Visita - observación de fauna y flora.
		11:30AM - 12:30PM	Comunidad la laguna	Refrigerio
		12:30PM - 13:00PM	Recogida de punto de partida.	Traslado

Conforme a todos los atractivos turísticos de las comunidades El junco y La laguna, se implementó un itinerario adaptado a las temporalidades de cada festividad turística encontrada y se vinculó con actividades propias de las mismas en conjunto con los atractivos naturales, donde se busca ofrecer dos planes o paquetes para los turistas. La presente investigación buscó diseñar su propuesta de ruta turística con plataformas adecuadas para los procesos tales como el diseño en imagen y los elementos de marketing digital, para entender que es el diseño podemos comprender lo dicho por Sánchez Ramos,

(2016), la cual explica que el diseño es una práctica que busca moldear y plasmar ideas que se puedan desarrollar con medios manuales o mecánicos. Con dicha finalidad tenemos el plan todo incluido como su mismo nombre lo indica, le incluye todo necesario para su viaje, como los equipos de camping, las entradas a los lugares, al igual que la zona de camping, el servicio de guía turístico, refrigerios, traslados, e impuestos de viajes, a comparación del plan aventurero que solo le incluye la zona de camping.

Conclusiones

Como hemos visto a lo largo de la investigación, el desarrollo turístico de una comunidad o varias comunidades está ligado a la creación de un producto turístico que genere impacto positivo y que ayude a la implementación nuevas estrategias enfocadas en el crecimiento de oportunidades, como lo es la creación de una ruta turística que destaque la identidad de una población con el turismo vivencial a base de sus principales atractivos turísticos.

En definitiva, el uso de las fichas del MINTUR, para el inventariado turístico genera facilidades en la hora de evaluar los recursos turísticos, ya que sirve como herramientas de investigación, que identifica los atractivos turísticos de acuerdo a las directrices, que con la observación in situ se verifica en que criterio de valoración pertenece y de esta forma definiendo un rango y jerarquía de los mismos.

Dentro de un análisis generalizado de la investigación para el inventariado turístico, podemos concluir que existen siete atractivos culturales, la cual cinco son atractivos culturales y dos son atractivos naturales, con relación a la jerarquía existen cuatro atractivos turísticos con jerarquía II, y tres con jerarquía I.

Concordamos que las técnicas de investigación son vitales para el desenlace de la misma, por ese motivo la técnica protagonista en el diagnóstico de la preferencia turística, fue la técnica de encuesta, donde se buscó consistencia en dos etapas sustanciales (Sociodemográfica y preferencia turística) dejando como resultado, trece interrogantes que fueron resultados por 129 personas, que pertenecen a la población de estudio de esta forma dejando un diagnóstico detallado de la preferencia turística de los habitantes de las comunidades El Junco y La Laguna.

En virtud a la investigación se desarrolló una ruta turística encamada al desarrollo turístico local de las comunidades, y se elaboró los análisis individuales del entorno turismo, que de acuerdo a los atractivos turísticos existentes, se creó un logo representativo para la ruta turística encanto Manaba, y

se implementó un itinerario personalizado para todas las actividades en las diferentes temporalidades que varían de acuerdo a las festividades de las comunidades. Adicionalmente, a lo antes mencionado, se utilizaron herramientas de marketing digital para la promoción turística, en formato de folleto digital realizado con la plataforma Canva.

Referencias Bibliográficas

- Carrasco R., T. (2019). *Marketing digital como una estrategia para el turismo*. 2(4), 20-33. Explorador Digital. doi:<https://doi.org/10.33262/explorador-digital.v2i4.338>
- Dirección de Planificación de Destinos Turísticos; MINTUR. (2017). *Manual de Atractivos Turísticos*. Quito, Ecuador. Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual-de-Atractivos-Turisticos_compressed.pdf
- Escobedo-Garrido, J. S., y Jaramillo-Villanueva, J. L. (2029). Las preferencias de los consumidores por tortillas de maíz. El caso de Puebla, México. *Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 29(53). Mexico : doi:<https://dx.doi.org/10.24836/es.v29i53.627>
- Gómez López, I. (2020). *Desarrollo sostenible*. España: Editorial Elearning. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=ZSPvDwAAQBAJ&lp-g=PA7&ots=uffiifQeFz&dq=desarrollo%20sostenible%20&lr&hl=es&p-g=PA1#v=onepage&q=desarrollo%20sostenible&f=false>
- Caro, José; Luque, Ana. y Zayas, Belen (2015). Nuevas tecnologías para la interpretación y promoción de los recursos turísticos culturales. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(4), 931-945. Málaga, España:. doi:<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.063>
- Membriela-Pollán, M. y Pedreira-Fernández, N. (12 de 2019). *Herramientas de Marketing digital y competencia: una aproximación al estado de la cuestión*. Digital marketing tools and competition: an approach to the state of the art, 3. Coruña, España: Atlantic Review of Economics (ARoEc). Obtenido de <http://hdl.handle.net/10419/282274>
- MINTUR. (2019). *Manual para la generación de rutas e itinerarios turísticos*. Quito, Ecuador. Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual_generacion_rutas_itinerarios_sub2021_compressed.pdf

-
- Molina Azorín, J. F., Tarí, J. J., López Gamero, M. D., Pereira Moliner, J., Pertusa Ortega, E. M., y Antón López, A. I. (2022). Los destinos turísticos inteligentes y la sostenibilidad. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época (2)*, 51-71.. doi:<https://doi.org/10.17561/ree.n2.2022.7041>
- Morales Pérez, M. (2006). El desarrollo local sostenible. *140(2)*, 60-71. La Habana, Cuba: Economía y Desarrollo. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425541310004>
- Sánchez Ramos, M. E. (03 de 2016). La conceptualización del diseño. *Actas de Diseño, 20*, 237-240. Palermo.
- Tauro, M. A. (2023). *Comercialización: apuntes de cátedra. Publicidad digital*. Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur. En RIDCA. Obtenido de <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/6554>

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo V

Análisis económico del flujo de visitantes de los centros recreacionales y su importancia en la economía

AUTORES: Alcides Javier López Zambrano; Karen Nicole García Cevallos; Martha Susana Choez Pesantes



SABEREC 5.0

Resumen

El presente estudio tiene como principal objetivo analizar el flujo de visitantes de los centros recreacionales y la importancia en la economía del cantón Jipijapa, este hecho impulsó la realización de este trabajo. La metodología que se implementó establece un enfoque deductivo, inductivo, analítico y estadístico, de forma que los aspectos considerados para alcanzar estos resultados, contienen información acerca de los centros recreacionales, las características de la población estudiada, que en este caso fueron las personas que visitan los centros recreacionales y los propietarios de estos, las variables del proceso de medición y seguimiento, donde se realizó la observación, encuestas y entrevista para analizar estos datos con la estimación del tamaño de la muestra que este caso fueron recolectadas por cada centro recreacional y la descripción del uso de estadísticas descriptivas y analíticas de la recolección de información recabada en las encuestas y entrevistas realizadas para poder determinar su relación. Esta investigación, permitió determinar a través de resultados la identificación de los centros recreacionales del cantón Jipijapa aportando información relevante acerca de estos establecimientos, con el análisis del perfil del visitante se reconoce que cada individuo aporta una perspectiva única para la mejora constate de la experiencia en estos espacios a fin de atraer a un público más amplio y garantizar la sostenibilidad financiera, también se demuestra el impacto económico destacando la importancia de estos centros como impulsores del desarrollo local.

Palabras claves: flujo de visitantes, centros recreacionales, economía, generación de ingresos, desarrollo local.

Abstract

The main objective of this study is to analyze the flow of visitors to recreational centers and the importance in the Jipijapa canton's economy. The methodology implemented establishes a deductive, inductive, analytical and statistical approach, so those are the aspects considered to achieve these results contain information about the recreational centers, the characteristics of the population studied, which in this case the consumer that visit the recreational centers and their owners, the variables of the measurement and monitoring process, where the observation, surveys and interviews were carried out to analyze these data with the estimation of the sample size that in this case were collected by each recreational center and the description of the use of descriptive and analytical statistics for the collection of information collected in the surveys and interviews carried out in order to determine their relationship. This

research allowed us to determine through results the identification of the recreational centers of the Jipijapa canton, providing relevant information about these establishments. With the analysis of the visitor profile, it is recognized that each individual contributes a unique perspective for the constant improvement of the experience in These spaces in order to attract a broader audience and ensure financial sustainability, the economic impact is also demonstrated, highlighting the importance of these centers as drivers of local development.

Keywords: flow of visitors, recreational centers, economy, income generation, local development.

Introducción

El turismo es un componente fundamental para el desarrollo socioeconómico de un país, dada la variedad de actividades favorables que producen prosperidad económica, un impulso que posibilita el desarrollo sostenible. Por esa razón el turismo en Ecuador ha logrado fuertes inversiones, ha sido un gran generador de empleos y se ha convertido en uno de los ingresos económicos más altos, sobre todo ahora que, con él se busca beneficio y mejora de la calidad de vida de las sociedades al igual que la participación en el campo turístico en todo el país.

Es uno de los principales sectores de desarrollo, en la actualidad, la industria turística vive un importante auge, ya que se anticipa a las expectativas futuras, considerándose como una alternativa que permite gestionar diversas oportunidades recreativas, especialmente en la comercialización de sus diversos productos, se evalúan diversos aspectos, como la segmentación del mercado, la cual está muy relacionada con las decisiones futuras y permite ampliar la gama de actividades que realizarán los turistas en el destino. Los centros recreacionales son instalaciones específicamente creadas para ofrecer entretenimiento, actividades recreativas y espacios de ocio, su finalidad es proporcionar a las personas un lugar donde puedan disfrutar de su tiempo libre, participar en actividades recreativas, relajarse y socializar.

Estos centros recreativos pueden tener diferentes tamaños y ofrecer una variedad de instalaciones, pero generalmente incluyen áreas destinadas a actividades deportivas, piscinas, zonas de juegos, espacios al aire libre, salones para eventos y servicios adicionales como restaurantes o tiendas, estos lugares buscan ser versátiles y acogedores para satisfacer diversas necesidades de entretenimiento y relajación para la comunidad. Además, generan ingresos que no solo benefician a los propietarios de los centros, sino que también generan una corriente económica que se extiende a sectores relacionados, lo

que expresa que podría implicar la creación de empleo en una comunidad, el impulso de negocios locales que ofrecen servicios o productos relacionados, y contribuir en general al desarrollo económico de una región.

La atracción de visitantes a estos espacios no solo representa momentos de esparcimiento y recreación, sino que también desempeña un papel estratégico en la generación de ingresos y en la diversificación de fuentes económicas. La comprensión de la dinámica que rodea a estos flujos de visitantes se revela como esencial para los responsables de la toma de decisiones, ya que proporciona una base sólida para el diseño de políticas y estrategias que maximicen los beneficios económicos.

La gestión de los centros recreacionales emerge como un componente vital para el desarrollo sostenible de una región. En este contexto, la presente investigación se centra en el análisis del flujo de visitantes de los centros recreacionales del cantón Jipijapa, examinando detenidamente su impacto y la relevancia que tiene en lo económico.

Este análisis no solo busca proporcionar una visión clara de la importancia económica de los centros recreacionales del cantón, sino que también pretende ofrecer herramientas prácticas para la toma de decisiones informada y la formulación de estrategias que optimicen la contribución de estos espacios a la economía local y regional.

A lo largo de este proyecto, se llevará a cabo un análisis exhaustivo que abarcará desde la cuantificación del impacto económico del flujo de los visitantes, hasta la identificación de factores que influyen en la atracción y retención de estos. Asimismo, se explorará la interconexión entre los centros recreacionales y otros sectores económicos.

El turismo es uno de los principales sectores de desarrollo, en la actualidad, la industria turística puede contribuir en la economía de un lugar impulsando la participación de la población en el desarrollo de diversas actividades.

Por su parte, los centros recreacionales pueden lograr un efecto significativo en el sector turístico debido a que proporcionan atracciones recreativas que llaman la atención del visitante, atrae inversiones en infraestructura, servicios y actividades complementarias, lo que impulsa el crecimiento económico local y regional. El aumento del flujo de visitantes de los centros recreacionales genera una demanda de bienes y servicios, lo que impulsa el crecimiento y las oportunidades económicas ya que se benefician diversos sectores, como el comercio local, el transporte, el hotelaría, entre otros.

Se evidencia que el cantón Jipijapa no tiene desarrollado gran parte de su potencial en lo que respecta a la actividad turística, a tal punto, que muchos de sus habitantes buscan otros destinos cercanos en lugar de realizar actividades recreativas dentro del mismo, lo cual genera un impacto negativo en la economía local. Los centros recreacionales a su vez presentan problemas en el mantenimiento de la infraestructura, el manejo de la promoción por medios digitales, una calidad no óptima de los servicios, lo que impide garantizar una experiencia satisfactoria para los visitantes.

Por lo tanto, el estudio propuesto busca entender el efecto que tienen los flujos de visitantes y cuáles son los factores determinantes en los centros recreacionales para crear estrategias efectivas acordes hacia el aprovechamiento óptimo de estos lugares logrando así el desarrollo económico del cantón.

El turismo es una actividad económica con un fuerte crecimiento mundial, que aporta al desarrollo favorable de muchas regiones y países. Al mismo tiempo los centros recreacionales desempeñan un papel crucial en la economía de un lugar, generando ingresos, creando empleo, impulsando los sectores complementarios del turismo, estimulando un desarrollo en la infraestructura e implementación de servicios.

Por esta razón, es importante contar con información necesaria que nos permita conocer y analizar los centros recreacionales del cantón Jipijapa. En este sentido determinar la demanda contribuirá a reflejar el beneficio económico que los grupos de visitantes generan a estos sitios, la disponibilidad a pagar por realizar actividades en los establecimientos recreativos y el perfil de los grupos de visitantes que ingresan a estos.

El presente trabajo investigativo busca entender el efecto que tienen los centros recreacionales, el potencial en el desarrollo y crecimiento económico para posteriormente implementar estrategias para ejecutar ofertas que atraiga una adecuada demanda basados en estos aspectos que se estudian.

Desde esta perspectiva, los estudios llevados a cabo constatan datos recopilados sobre el potencial con el que cuentan actualmente los centros recreacionales de Jipijapa, el perfil del visitante como base para una exitosa planificación que se encamine a los objetivos antes mencionados; y en evaluar la existencia de actividad económica dentro de estos, para lograr su éxito. Ya que, desplegar la actividad turística refiere a la necesidad de identificar los intereses de los visitantes de cada centro de recreación.

Metodología

Para analizar el contexto del flujo de visitantes de los centros recreacionales y la importancia en la economía del cantón Jipijapa se emplearon diferentes tipos de métodos y técnicas de investigación que permitan obtener resultados verídicos y alcanzar los objetivos planteados. Jipijapa se encuentra situado al sur-oeste de Manabí, sus límites son: Al Norte; con los cantones de Montecristi, Portoviejo y Santa Ana. Al Sur; con el cantón Puerto López. Al Este; con los cantones de Paján y 24 de Mayo. Al Oeste; con el Océano Pacífico, cuenta con 1.420 kilómetros cuadrados de superficie.

Método Deductivo

Este método se empleó para obtener información específica sobre el contexto del flujo de visitantes de los centros recreacionales a partir de premisas generales lo cual permite profundizar en los antecedentes locales del cantón para llegar a conclusiones y recomendaciones válidas, tales premisas son: ¿Cómo identificar los centros recreacionales que existen en Jipijapa?, ¿Cuál es el perfil del visitante de los centros recreacionales? ¿Cuál es el flujo de la demanda y cómo determinar el aporte económico?

Método Inductivo

Se analizó el contexto situacional de los centros recreacionales a partir de indicios particulares entre las premisas particulares están: Análisis del flujo económico que generan los centros recreacionales, determinar el perfil del visitante, establecer el aporte económico para el cantón Jipijapa. Este método junto con la investigación bibliográfica permitió fundamentar con bases teóricas la realización de este trabajo demostrando la importancia de esta investigación.

Método Analítico

Implica un análisis teórico de las bases que se sustentan mediante las técnicas de investigación las cuales permitieron observar las causas, características y efectos donde se estableció el problema, justificación y se sintetizó la teoría al contexto flujo de visitantes de los centros recreacionales del cantón Jipijapa para verificar la factibilidad de la propuesta.

Mediante la estadística descriptiva cuantitativa se tabuló, sistematizó y se analizó la información obtenida de la encuesta realizada a los visitantes de los centros recreacionales, se analizó y se proyectó los resultados obtenidos mediante porcentajes para su mejor comprensión y toma de decisiones más confiables.

Entre las técnicas se tiene:

Observación

Mediante la observación directa se logró interactuar con el entorno social y económico de los centros recreacionales permitiendo establecer conclusiones preliminares que posteriormente sirvió como base para el desarrollo de este proyecto de investigación.

Entrevista

Se realizó una entrevista semiestructurada a los propietarios de los diferentes centros de recreación del cantón Jipijapa para establecer el flujo de visitante de y el aporte económico que estos establecimientos dejan en ámbito turístico del cantón.

Encuesta

La finalidad de realizar la encuesta es obtener una perspectiva más amplia del perfil del visitante que concurre los centros recreacionales del cantón Jipijapa.

La presente investigación se realizó en los centros recreacionales del cantón Jipijapa, se manejó una población infinita ya que no se tiene constancia del número de personas que concurren estos lugares. Se establece una muestra aleatoria conformada de 50 individuos por cada centro recreacional considerado en la realización de las encuestas para el desarrollo del estudio.

Resultados

Tabla 17.

Ficha de Identificación del Centro Recreacional Montesito.



Nombre del Establecimiento:	Centro Recreacional Montesito
Servicio:	Alimentación Recreación
Localización:	Jipijapa – Manabí – Ecuador
Dirección:	Ciudadela Eloy Alfaro avenida Martiniano Delgado
Descripción:	Lugar de diversión ideal para el disfrute, cuenta con 3 piscinas con tobogán una grande, una mediana y la pequeña, el ambiente es agradable para pasar el rato con familiares o amigos, hay cabañas para pasar un rato ameno y también ofrecen platos exquisitos y una buena atención.
Propietario:	Cinthy Cedeño
Horario de atención	Lunes – Domingo 09:00 – 17:00
Contactos:	0993807520

Tabla 18.

Ficha de Identificación del Centro Turístico Sonita.



Nombre del Establecimiento:	Centro Turístico Sonita
Servicio:	Alimentación Descanso Recreación
Localización:	Jipijapa - Manabí - Ecuador
Dirección:	Vía a Noboa sitio Tierra Amarilla
Descripción:	Espacio óptimo para la recreación cuenta con 2 ambientes, una sala de baile, cabañas, 2 piscinas una grande que dispone de un tobogán y una pequeña con 2 toboganes, tiene también ambientes para el descanso y relajamiento de los visitantes en donde hay 2 mesas de billar, una cancha de futbolito, área de karaoke y existe un parqueadero. Este lugar es ideal para el disfrute de un ambiente diferente a las afueras de la ciudad donde puedes relajarte y disfrutar de una buena atención y la gastronomía local.
Propietario:	Freddy Marcillo
Horario de atención	Lunes – Domingo 09:00 – 17:00
Contactos:	0982914049

Tabla 19.

Ficha de Identificación de la Quinta La Iguana.



Nombre del Establecimiento:	Quinta La Iguana
Servicio:	Alimentación Recreación
Localización:	Jipijapa - Manabí - Ecuador
Dirección:	Vía a Noboa a metros de la UNESUM
Descripción:	Lugar ideal para conectar con la naturaleza, disfrutar de un buen plato a la carta en su restaurante al estilo rustico, cuenta con 2 piscinas, cabañas de estilo mixto, es adecuado para relajarse en un ambiente diferente y ameno con espacios adecuados para fotografía, acogedor y tranquilo para el disfrute con las personas que más apreciamos.
Propietario:	Mercedes Álvarez
Horario de atención	Miércoles – Domingo 09:00 – 18:00
Contactos:	0981069152

En la actualidad los consumidores se encuentran frente a una amplia gama de productos y servicios que pueden satisfacer alguna de sus necesidades en un momento determinado, decidiendo su visita a los centros recreacionales con base a su percepción del valor que estos le ofrecen. Se puede observar con el análisis obtenido a partir de una visita al GAD cantonal de Jipijapa, que indica cuales son los centros recreacionales que constan registrados en su base de datos. Se destacan como principales 6, aunque algunos

de estos no se han reactivado luego de la pandemia que atravesó el mundo, por ende, se han considerado solo 4 para este estudio.

Centro Recreacional Montesito, atiende con más frecuencia los sábados y domingos son los días de mayor afluencia de visitantes en este centro recreacional. Normalmente nos visitan entre 20 a 30 personas diariamente, pero hay fines de semana donde no nos damos abasto porque a suele ser abundante la presencia de personas en este centro recreacional y en feriados nos va muy bien. El acceso a nuestras instalaciones cuesta \$1,50 por persona. Mensualmente se estima que nuestros ingresos van entre los \$ 2,000 a \$3,500. Pienso que sí, es por ello que constantemente estamos tratando de mejorar en todos los aspectos. Claro que sí, porque de lo contrario nuestros clientes no nos preferirían. En abastecimientos de alimentos y bebidas según nos va haciendo falta volvemos a comprar y otra parte en mantenimiento y limpieza de nuestras instalaciones.

En la entrevista al Centro Turístico Sonita, se obtuvo que atiende los fines de semanas son los días donde tenemos una buena cantidad de visitantes. La frecuencia de visitantes en nuestro establecimiento es regular, unas veces tenemos buena acogida y otras no tanto. El valor de la entrada es de \$2 adultos y \$1.50 niños menores de 10 años. No se tiene una estimación de nuestros ingresos debido a que recientemente estamos volviendo a reactivarnos después de la pandemia. Sí, porque se brindan todos los servicios y se ofrece una buena atención. Sí existe satisfacción en nuestros clientes por esa razón nos vuelven a visitar. Parte del dinero que ingresa se va en pago de permisos de funcionamiento e impuestos, otra parte en compra de insumos, arreglos, mantenimientos y para fondos familiares.

En la entrevista de Quinta La Iguana se obtuvo que atiende los sábados y domingos. La afluencia de personas que nos visitan es medianamente. El pago por acceso es de \$2 adultos y \$1 niños. No se cuenta con ese dato debido a que la atención recientemente se está activando. Sí cumple con las expectativas de los clientes. En cuanto al precio los clientes Sí están satisfechos, porque se trata de dar una atención de calidad para lograrlo. Pago de impuestos, abastecimiento de insumos para la preparación de alimentos, limpieza, pago de personal, pago de funcionamiento y para el mantenimiento del lugar.

En el Centro Recreacional JC atienden los sábados y domingos. Diariamente visitan entre 30 personas para degustar los alimentos en el área de restaurante. A las personas que quieran hacer uso de las piscinas se les cobra \$2. Aproximadamente unos \$2.000 mensualmente. Sí, pero como todo

constantemente se tiene que renovar para que a la gente le guste y le llame la atención. En la medida de lo que se puede se trata de brindar un buen trato para que nuestros clientes se sientan satisfechos. Los gastos se distribuyen en economía interna como es el abastecimiento de alimentos, la mejora de la infraestructura, el mantenimiento de las instalaciones. No se contribuye con los permisos municipales porque no hay manejo municipal en esta área y aunque se exigen mejoras se nos hace caso omiso.

Para lograr el cumplimiento del objetivo de establecer el flujo de visitantes y su aporte económico a los centros recreacionales del cantón Jipijapa, se utilizó la técnica de entrevista dirigida a los propietarios de los centros recreacionales y así conocer también las expectativas al visitar los diferentes lugares, ya que se podrían profundizar esas motivaciones y plantear una oferta acorde a estas para que así las personas prefieran a Jipijapa como su destino en vez de optar por otros sitios de interés.

Para estudiar el perfil del visitante nos basamos en un segmento de 200 personas encuestadas con la finalidad de determinar a través de conocer el rango de edad poder segmentar y orientar servicios en función de la edad promedio de los clientes potenciales, y de esa forma definir el perfil ideal de acuerdo con las variables previamente identificadas de acuerdo al género de cada individuo, en cuanto al estado civil que es una situación en la que una persona se encuentra en algún momento de su vida personal, fue clave para analizar el perfil de nuestros encuestados con el fin de poder establecer sus necesidades, con el nivel de educación una se establece el nivel de experiencia, conocimientos y habilidades, que influyen mucho a la hora de toma de decisiones y así enfocarnos en ello, conocer la ocupación de una persona, de saber a qué se dedica; cuál es su empleo, actividad o profesión, lo que le demanda cierto tiempo para enfocar una oferta dependiendo de aquí, por tanto, el nivel de ingresos resulta fundamental para establecer la capacidad adquisitiva de la demanda potencial, así como para determinar desequilibrios de mercado o indicadores de esfuerzo financiero, se establece de dónde provienen los potenciales visitante es fundamental para así poder adaptarse de una mejor manera a sus necesidades, por consiguiente, el gasto realizado por los servicios que se ofrecen los centros recreacionales, debe enfocar todos los esfuerzos para especializarse en servir de la manera más adecuada, la frecuencia de visita es muy importante ya que esto ayuda a crear estrategias para lograr que el cliente vuelva y así poder lograr su fidelización, al igual que, la importancia de los aspectos que se consideran de mayor importancia al visitar estos sitios ya que esta varía según la persona, en cambio, la difusión es

el instrumento mediante el cual se promociona un determinado lugar para que las personas puedan conocer estos sitios y disfrutar de ellos, debido a que un atractivo turístico es un sitio o un hecho que genera interés, de este modo, se vincula el nivel de satisfacción a la hora que una persona tome la decisión de visitar diferentes destinos turísticos, por último la recomendación juega un papel importante, para conocer y visitar los diferentes estos establecimientos ya que tener una opinión del lugar al que se piensa ir, aunque parece algo muy sutil, puede facilitar la toma de decisiones. Estas características sociales y demográficas que se dan a conocer a través de la aplicación de esta encuentra a los visitantes que concurren los centros recreacionales del cantón Jipijapa es de suma importancia para poder analizar su comportamiento dentro de la dinámica turística, lo cual permitirá diversificar y canalizar los recursos hacia muchas otras actividades económicas productivas que serán beneficiosas para el desarrollo de la economía local del cantón.

Discusión

Estos enfoques críticos revelan la profundidad del análisis, ya que los autores presentan distintas perspectivas, en sentido del análisis de los flujos de visitantes y la importancia de los centros recreacionales para el crecimiento económico de un lugar.

Siguiendo los lineamientos de la CEPAL (2001), la actividad económica abarca aspectos diversos con conexiones que no se limitan al momento exacto que se ofrece un servicio, sino que se extiende a etapas previas y posteriores, que son cruciales para contribuir al desarrollo tanto del sector turístico como de un país en general.

En consecuencia, Azcué, Cruz, y Varisco (2018), interpretan que la presencia de centros recreacionales contribuye a la diversificación económica, ya que los flujos turísticos producen una redistribución de la riqueza, creando una base más sólida y resiliente. La demanda generada por el flujo de visitantes ha conllevado a inversión en infraestructura, se han mejorado servicios para acomodar y satisfacer las necesidades de los visitantes, lo que a su vez beneficia a la comunidad local.

Además, los autores Brida, Pereyra, Such y Zapata (2018), manifiestan que, el turismo suele crear una variedad de empleos en diferentes sectores y otros servicios relacionados, esto contribuye a reducir el desempleo y proporcionar oportunidades laborales para la población local, ya que, el turismo atrae a visitantes tanto nacionales como extranjeros, quienes gastan dinero en diversos servicios y productos. Este gasto se traduce en un aumento de

ingresos, por esta razón, el flujo constante de turistas puede estimular el desarrollo de nuevas oportunidades comerciales. Esto podría incluir la creación de pequeñas empresas, la expansión de la oferta de productos y servicios turísticos, así como la diversificación de la economía para adaptarse mejor a las necesidades y preferencias de los visitantes.

Por esa razón, este estudio evidencia que los centros recreacionales generan ingresos debido a los gastos de los visitantes en consecución de diversos servicios y productos lo que impulsa la economía a través de un efecto multiplicador.

En definitiva, el turismo puede ser un motor significativo para el crecimiento económico en países en desarrollo, ya que no solo crea empleo y estimula la actividad empresarial, sino que también aporta ingresos extranjeros esenciales para la economía. Estos resultados subrayan la necesidad de políticas y estrategias que fomenten un turismo sólido, la inversión y la gestión eficiente de los recursos para garantizar un impacto positivo a largo plazo en la economía.

Conclusiones

Los resultados obtenidos demuestran que al realizarse la identificación de los centros recreacionales del cantón Jipijapa, mediante una observación directa, fueron considerados cuatro establecimientos, que aportan información de valor en una ficha de identificación resaltando los aspectos distintivos de cada centro recreacional, se detallan aspectos del lugar, como el nombre del establecimiento, los servicios que se ofrecen, la localización y dirección del lugar, se describen las instalaciones, actividades, horarios de operación y se brinda información relevante para contribuir a una experiencia más satisfactoria.

Desde el análisis del perfil del visitante, se destaca la importancia de comprender la heterogeneidad de los visitantes, reconociendo que cada individuo aporta una perspectiva única a la dinámica del centro recreacional. Donde se precisa, que el rango de edad con mayor concurrencia de los centros recreacionales es de 26 a 35 años, siendo el sexo masculino el principal enfoque, el estado civil de estas personas en su mayoría es de casados, siendo así que, la mayoría tiene una educación de tercer nivel que corresponde a títulos universitarios o politécnicos, dependiendo de aquí se aprecia que estos en su mayoría son empleados del sector público y privado, con relación al monto de salario va de un aproximado desde los \$450 a los \$600 dólares, aunque la mayoría de los encuestados es de origen local, se muestra que

el mercado es muy variado y se puede analizar profundamente para hacer la demanda crezca favorablemente. El gasto realizado por los servicios que se ofrecen en el centro recreacional, es de \$25 a \$100 dólares, en los cuales se deben enfocar todos los esfuerzos para especializarse en servir de la manera más adecuada debido a que los centros recreativos son una importante fuente de ingresos para las comunidades locales, en su mayoría los visitantes prefieren acudir a estos establecimientos en compañía de familiares, por otra parte, la frecuencia de visita de los visitantes se da en mayor cantidad en periodos semanales, la importancia de los aspectos importantes a la hora de visitar estos lugares varía según la persona, lo expuesto por los encuestados, es una confirmación de que la motivación para visitar los centros recreacionales es la calidad del servicio, la distancia y la infraestructura, en cambio, el medio por el cual llegan a conocer o se enteran de las actualizaciones de estos es a través de recomendación por conocidos, familiares o amigos, también se hace manifiesto en este estudio que los encuestados tienen la posibilidad de cancelar valores extras por mejoras y actualización del servicio brindado en los centros recreacionales, esto refleja que la mayoría se encontraron satisfechos de visitar cada centro recreacional, así mismo, en esta ocasión la mayor parte de forma positiva recomendaría visitar los centros recreacionales del cantón Jipijapa. La determinación del perfil del visitante no solo es una herramienta de comprensión, sino un faro estratégico que guiará el desarrollo futuro de los centros recreacionales y así adaptar estos intereses para contribuir al mejoramiento de la economía local a través del turismo.

La determinación del flujo de visitantes y su aporte económico ha puesto de manifiesto el papel crucial que desempeñan los centros recreacionales como generadores de ingresos para el Cantón Jipijapa, la interconexión entre el flujo de visitantes y el aporte económico destaca la importancia de una gestión de estrategias que fomenten la retención de visitantes, la diversificación de actividades y la colaboración con otras industrias locales para poder potenciar en mayor manera el impacto económico positivo de estos centros. Al hacerlo, no solo aseguramos la viabilidad económica a corto plazo, sino que también construimos cimientos sólidos para un futuro sostenible y próspero del cantón.

.....

Referencias bibliográficas

- Azcué, I., Cruz, G., y Varisco, C. (2018). *Impactos economicos del turismo*. Universidad Nacional de Mar de Plata. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Disponible en <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/3068/1/azcue-et-al-2018.pdf>
- Brida, J., Pereyra, J., Such, M., y Zapata, S. (2008). La contribución del turismo al crecimiento económico. *Cuadernos de Turismo*, (22) 35-46. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/47931>
- CEPAL. (2001). *Estudio económico de América Latina y El Caribe*. CEPAL p. 301. ISBN: 9213218796

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo VI

Elaboración de estrategias
innovadoras en la administración
turística en la parroquia La Unión

AUTORES: Gina Ximena Campozano Chiquito; Na Gyun Yoon García;
Michael Alexander Fernández Menoscal



SABEREC 5.0

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo crear estrategias que innoven la administración turística en la Parroquia la Unión, analizando la principal, la mala administración en el sector turístico la parroquia La Unión Jipijapa, ubicada en Ecuador, cuenta con un potencial turístico que incluye recursos naturales, culturales e históricos. Para aprovechar este potencial, es necesario implementar estrategias de administración turística que promuevan el desarrollo sostenible y la conservación del patrimonio local. Esto implica la creación de productos turísticos atractivos, la promoción activa del destino, la mejora de la infraestructura turística y la capacitación de los actores involucrados en la industria turística local. Así mismo, es importante establecer alianzas entre el sector público y privado, diversificar las actividades turísticas ofrecidas y garantizar la protección del medio ambiente para asegurar la viabilidad a largo plazo del turismo en la región para este trabajo se utilizó una metodología investigativa para la obtención de datos y una metodología descriptiva debido a que también se realizó investigación bibliográfica para la comparación de datos obtenidos con los que ya se encuentran en los diferentes documentos como lo es el PDOT de esta parroquia los resultados que se quieren obtener es una mejora significativa en el sector turístico de esta parroquia la implementación estrategias puedan contribuir significativamente a mejorar la oferta turística de la Parroquia La Unión, aumentar su competitividad como destino y generar beneficios económicos y sociales para la comunidad local.

Palabras clave: recursos naturales, patrimonio local, producto turístico, implementación de estrategias.

Abstract

The objective of this article is to create strategies that innovate tourism administration in the La Unión Parish, analyzing the main one, the poor administration in the tourism sector. The La Unión Jipijapa parish, located in Ecuador, has a tourism potential that includes natural resources, cultural and historical. To take advantage of this potential, it is necessary to implement tourism management strategies that promote sustainable development and the conservation of local heritage. This involves the creation of attractive tourism products, the active promotion of the destination, the improvement of tourism infrastructure and the training of actors involved in the local tourism industry. Likewise, it is important to establish alliances between the public and private sectors, diversify the tourist activities offered and guarantee the protection of the environment to ensure the long-term viability of tourism in the region. For this work, an investigative

methodology was used to obtain data and a descriptive methodology because bibliographic research was also carried out to compare the data obtained with those already found in the different documents such as the PDOT of this parish. The results that are wanted to be obtained are a significant improvement in the sector. tourism of this parish, the implementation of strategies can contribute significantly to improving the tourism offer of La Unión Parish, increasing its competitiveness as a destination and generating economic and social benefits for the local community.

Keywords: natural resources, local heritage, tourism product, implementation of strategies.

Introducción

Este artículo se enfoca en la parte del turismo rural, como se conoce el turismo rural ofrece una escapada tranquila de la vida urbana, sumergiéndose a los viajeros en la autenticidad de la vida campestre. Con un enfoque en la sostenibilidad y la conexión con la naturaleza, esta forma de turismo permite a los visitantes experimentar la vida local, disfrutar de paisajes pintorescos y participar en actividades tradicionales.

Fomentar estrategias innovadoras en este campo es esencial ya que impulsa el crecimiento sostenible, mejorar la competitividad y brindar experiencias memorables a los viajeros. La innovación en la administración turística no se limita solo a la introducción de nuevas tecnologías, sino que abarca un enfoque integral que aborda la gestión eficiente de recursos, la creación de productos y servicios únicos, la promoción efectiva y la mejora continua de la experiencia del turista.

En el presente artículo detallará cada aspecto de la parte administrativa del sector turístico de la parroquia la unión ubicada en el cantón Jipijapa vía Noboa de la provincia Manabí. Se hablará sobre la forma en la que se administra el turismo en esta parroquia ya que como sabemos el turismo es una de las actividades más potenciales hoy en día que genera ingresos económicos a una comunidad u organización pero debido a la mala administración que tiene el GAD Municipal la comunidad se ve afectado ya que solo se enfoca en las partes centrales de la unión y dejan de lado a las zonas rurales las cuales son las que cuentan con variedades de ríos y cascadas las mismas que pueden atraer a muchos visitantes locales y a turistas ya sean nacionales o extranjeros los cuales generaran ingresos a la comunidad para lograr esto se capacita y se forma al personal turístico también la promoción y marketing digital para la promoción de los servicios y productos con los que cuenta la parroquia

la Unión y la diversificación de los servicios turísticos es decir los tipos de servicios turísticos con lo que cuenta la parroquia la Unión como variables dependientes tenemos la afluencia de turísticas, los ingresos económicos por medio del sector turístico y como punto principal el desarrollo económico de esta Parroquia

Metodología

La administración turística en la provincia de Manabí en la parroquia la Unión, Ecuador, es fundamental para el desarrollo económico y social de la región:

Desde estancias en granjas hasta alojamientos en pueblos remotos, el turismo rural fomenta un intercambio cultural genuino y apoya a las comunidades locales. Es una oportunidad para desconectar, recargar energías y explorar las riquezas culturales y naturales de un destino.

Promoción Turística: La administración turística en Manabí se enfoca en la promoción de sus destinos turísticos a nivel nacional e internacional. Esto incluye campañas de marketing, participación en ferias turísticas, promoción en medios de comunicación y redes sociales, entre otros.

Desarrollo de Infraestructuras: su infraestructura se basa básicamente a la accesibilidad y el mejoramiento de las carreteras para que sea más fácil el acceso a esta parroquia.

Preservación del Medio Ambiente: Dado que la naturaleza es un gran atractivo turístico en la unión, se implementan medidas para proteger y conservar los ecosistemas naturales, incluyendo áreas protegidas, programas de reforestación, manejo de residuos y educación ambiental para turistas y residentes.

Desarrollo Comunitario: Se promueve el desarrollo turístico sostenible que beneficie a las comunidades locales, incentivando la participación de empresarios locales y la creación de empleo en el sector turístico.

Capacitación y Calidad de Servicio: Se llevan a cabo programas de capacitación para mejorar la calidad de los servicios turísticos, incluyendo atención al cliente, guía turística, gastronomía local y gestión hotelera

Seguridad Turística: Se implementan medidas de seguridad para proteger a los turistas y garantizar que disfruten de una experiencia segura en Manabí. Esto incluye la presencia de fuerzas policiales, vigilancia en áreas turísticas y campañas de concientización sobre seguridad para visitantes.

En resumen, la administración turística en Manabí se enfoca en el desarrollo sostenible del turismo, la promoción de sus atractivos naturales y culturales, la preservación del medio ambiente, el desarrollo comunitario y la mejora de la calidad de los servicios turísticos para brindar una experiencia satisfactoria a los visitantes. (EUROINNOVA, s.f.)

Para un estudio enfocado en la elaboración de estrategias innovadoras en la administración turística en la parroquia La Unión, Jipijapa, es crucial definir claramente la población y la muestra. Esto asegura que los resultados del estudio sean representativos y aplicables. A continuación, se describe la población y muestra del estudio, respaldado por citas relevantes. (Probabilidad y estadística , 2024)

La población del estudio incluye a todos los actores involucrados en la administración y el desarrollo turístico de la parroquia La Unión, así como a los turistas que visitan la parroquia.

- Residentes Locales: Habitantes de la parroquia La Unión, que pueden proporcionar información valiosa sobre el impacto del turismo en la comunidad.
- Administradores Turísticos: funcionarios y empleados del sector público y privado que trabajan en la planificación y gestión de actividades turísticas.
- Empresarios y Propietarios de Negocios Turísticos: Dueños de hoteles, restaurantes, agencias de viajes y otros negocios relacionados con el turismo.
- Turistas: Visitantes nacionales e internacionales que frecuentan la parroquia para actividades turísticas

La muestra debe ser representativa de la población para asegurar que los hallazgos sean generalizables. Se recomienda utilizar una combinación de métodos de muestreo probabilístico y no probabilístico para capturar una variedad de perspectivas.

Muestreo Estratificado: Dividir la población en diferentes estratos o subgrupos (por ejemplo, residentes locales, administradores turísticos, empresarios, turistas) y seleccionar aleatoriamente una muestra de cada estrato.

Para el presente estudio se revisó información bibliográfica del Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial en el cual se obtuvieron datos relevantes en la cual la principal fuente de generar ingresos en la comunidad es la activi-

dad agrícola la cual es el principal sustento de la población dejando a un lado el sector turístico sin tener en cuenta que el turismo aplicándolo correctamente puede generar más ingresos a la comunidad.

Por otro lado, la Dimensión Territorial hace referencia a como el espacio vital de toda nación, provincia o cantón provee de recursos naturales y servicios ambientales, posibilita el mantenimiento de la vida en el más amplio sentido de la palabra, incluyendo la vida humana, asimila y recicla los desechos que provienen del consumo de bienes y servicios que consumen las sociedades (PDOT, 2023).

El sector turístico, integrado por una diversidad de componentes entre los que se encuentran los turistas, agencias de viaje, medios de transporte, alojamientos, empresas comerciales, financieras, entre otros, representa un espacio significativo para el proceso comunicacional, porque la actividad turística requiere de interacción, intercambio, flujo de información y dialogo, para llegar a concretarse; desde esta perspectiva se plantea como objetivo, analizar las estrategias comunicacionales que permiten el desarrollo del sector turismo, dando especial énfasis a aquellas innovadoras basadas en la internet.

Se realizó una investigación descriptiva, documental, con una revisión hemero-bibliográfica impresa y digital de documentos relativos al objeto de estudio. Los resultados revelaron que el desarrollo del sector turismo amerita de estrategias comunicacionales eficaces, efectivas y centradas en la publicidad, promoción, gestión de imagen, lanzamiento de productos y servicios, posicionamiento, entre otras, con la finalidad de enfrentar las nuevas realidades del público consumidor; asimismo, se encontró que el internet y sus distintas utilizaciones han influido en la comercialización, rentabilidad, competitividad, posicionamiento y expansión del turismo.

Se concluye, que las estrategias comunicacionales innovadoras basadas en internet y sus aplicaciones, constituyen una fuente potencial para el desarrollo del sector turismo y su posicionamiento en el sistema social (GAD Parroquia La Unión , 2019).

Resultados

La innovación en la administración turística es crucial para mejorar la competitividad y sostenibilidad del destino. En el caso de la parroquia La Unión, la implementación de estrategias innovadoras puede atraer a más visitantes, mejorar la experiencia del turista y fomentar el desarrollo económico local.

Basado en el análisis del contexto, se pueden identificar varias oportunidades para implementar estrategias innovadoras. Algunas posibles áreas de innovación incluyen:

- **Tecnología y Digitalización:** Desarrollo de aplicaciones móviles para guías turísticas, implementación de sistemas de reservas online, y uso de redes sociales para promoción.
- **Sostenibilidad:** Estrategias para promover el turismo sostenible, como la gestión de residuos, el uso de energías renovables en instalaciones turísticas, y la conservación de recursos naturales.
- **Experiencias Turísticas Únicas:** Creación de experiencias turísticas únicas y personalizadas que destaquen la cultura local, la gastronomía, y la naturaleza de la región

La implementación de estas estrategias puede contribuir significativamente a mejorar la oferta turística de la Parroquia La Unión, aumentar su competitividad como destino y generar beneficios económicos y sociales para la comunidad local. Sin embargo, es importante adaptar estas estrategias a las necesidades y características específicas de la región para garantizar su efectividad.

- **Diversificación de productos turísticos:** Se propone ampliar la variedad de experiencias turísticas disponibles, lo que podría atraer a diferentes tipos de turistas y aumentar el interés en la región. Esta diversificación puede ayudar a aprovechar los recursos locales y destacar la singularidad de la Parroquia La Unión.
- **Fomento del turismo sostenible:** Es crucial integrar prácticas de turismo responsable y sostenible para preservar el entorno natural y cultural de la región a largo plazo. Esto no solo beneficia al medio ambiente, sino que también puede aumentar la atracción de la Parroquia La Unión para los turistas conscientes del impacto ambiental
- **Participación comunitaria:** Involucrar a la comunidad local en la gestión del turismo no solo fortalece el sentido de pertenencia, sino que también puede conducir a una mejor comprensión de las necesidades y deseos de los turistas. Además, puede fomentar la creación de empleo local y preservar la autenticidad cultural de la región.
- **Alianzas estratégicas:** La colaboración con diversas entidades, como empresas privadas, organizaciones sin fines de lucro y entidades gubernamentales, puede proporcionar recursos adicionales y co-

nocimientos especializados para mejorar la gestión turística. Estas alianzas pueden generar sinergias y maximizar el impacto de las iniciativas turísticas.

- **Marketing innovador:** Desarrollar estrategias de marketing creativas y adaptadas al mercado objetivo es fundamental para promover la Parroquia La Unión como un destino turístico atractivo. El uso de redes sociales, influencers y eventos especiales puede aumentar la visibilidad y generar interés en la región.
- **Capacitación y desarrollo:** La formación del personal en el sector turístico es fundamental para garantizar un servicio de calidad y mejorar la experiencia del visitante. Los programas de capacitación pueden ayudar a desarrollar habilidades específicas y promover una cultura de excelencia en el servicio al cliente

Este diagnóstico proporcionara una base sólida para la elaboración de estrategias innovadoras en la administración turística de la parroquia La Unión, identificando áreas clave de intervención y posibles enfoques para mejorar la competitividad y sostenibilidad del destino.

Discusión

Getz y Lee (2011), afirman que el verdadero poder de la estrategia consiste en guiar a la organización a hacer diferentes elecciones y, por lo tanto, a tomar acciones diferentes. Por consiguiente, en la ejecución, los líderes deben continuar el diálogo entre ellos y el resto de la organización acerca de lo que esta haría de manera diferente de acuerdo con la nueva estrategia. Este diálogo aclara la estrategia e impulsa a la organización a actuar de manera coherente con ella (Contreras, 2013, p. 173).

Según Ordoñez (2014), expresa que el desarrollo es el crecimiento de un fenómeno que se puede dar en diferentes ámbitos como humano, pobreza, desigualdad y la cobertura social, utilizando materiales, recursos para cumplir con la meta o fin, esta se lo ejecuta por bienestar propio o ajeno.

De acuerdo con el análisis realizado ambos autores ofrecen perspectivas complementarias, sobre la elaboración de una estrategia es el diálogo continuo entre los directivos y el resto de funcionarios de la organización a fin de que unos y otros puedan comprender y entender la necesidad que se tiene de cambiar, la oportunidad de crecer, la posibilidad de ofrecer nuevos productos o servicios y el comprometimiento en el logro de los objetivos que la organización espera de cada uno de ellos. El desarrollo es la acción de evolución o

crecimiento en medida con el tiempo, el desarrollo puede ser personal, económico, o estar relacionado a una situación u objeto, con ello existe el desarrollo sostenible que es aquel que busca satisfacer las necesidades a cabalidad sin comprometer el bienestar de las futuras generaciones.

Además, se plantea una innovación de un componente esencial en la administración turística para adaptarse a las cambiantes demandas del mercado y mejorar la competitividad. En la parroquia La Unión, la implementación de estrategias innovadoras puede transformar la experiencia turística, aumentar el atractivo del destino y promover el desarrollo económico sostenible. La innovación no solo abarca la adopción de nuevas tecnologías, sino también la creación de experiencias únicas y la promoción de prácticas sostenibles.

Diagnóstico

Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

Fortalezas: Atractivos turísticos existentes, recursos naturales y culturales únicos tradiciones y culturas con las que cuentan estas parroquias y que atraen a una gran cantidad de personas

Debilidades: Infraestructura deficiente, falta de promoción, carencia de formación debido a que la parroquia no se promociona por si misma si no que tienen que generar actividades para que las personas visiten esta comunidad

Oportunidades: Potencial de crecimiento, tendencias favorables en turismo sostenible, acceso a tecnologías innovadoras.

Amenazas: Competencia de destinos turísticos más desarrollados, cambios en las preferencias de los turistas, impactos ambientales como son las grandes tormentas que en algunas ocasiones dañan la producción agrícola y genera perdida para los dueños de sembríos y plantaciones

Evaluación de la infraestructura turística

Alojamientos y restaurantes: Calidad y cantidad disponibles.

Accesibilidad: Estado de las vías de acceso y transporte público.

Servicios básicos: Disponibilidad de agua, electricidad y telecomunicaciones.

Impacto ambiental y sostenibilidad

Evaluación del impacto ambiental: Identificación de áreas afectadas por el turismo y saber cómo ayudar a que estas no se vean más afectadas por el turismo también generar conciencia para prevenir la contaminación en estos espacios naturales.

Medidas de sostenibilidad: Estrategias para minimizar el impacto y promover prácticas sostenibles.

Conclusiones

La implementación de estrategias innovadoras en la administración turística de La Unión Jipijapa es esencial para catalizar un desarrollo económico y social sostenible en la región. Al aprovechar el potencial turístico de la zona, estas estrategias pueden no solo generar ingresos y empleos, sino también preservar y promover la cultura local y proteger el medio ambiente. La diversificación de la oferta turística, que incluya tanto recursos naturales como culturales, contribuirá a atraer a una gama más amplia de visitantes y a mantener el interés a lo largo del tiempo. Además, al enfocarse en la innovación, La Unión Jipijapa puede diferenciarse de otros destinos turísticos, posicionándose como un lugar único y memorable para los viajeros.

La colaboración entre diversos actores es un elemento clave en el diseño e implementación de estrategias innovadoras para la administración turística de La Unión Jipijapa. La participación activa de la comunidad local, las autoridades municipales, las organizaciones sin fines de lucro, el sector privado y las instituciones gubernamentales garantiza una visión integral y una implementación efectiva de las iniciativas turísticas.

La integración de tecnologías innovadoras desempeña un papel fundamental en la optimización de la gestión turística de La Unión Jipijapa. La adopción de herramientas digitales, como aplicaciones móviles, plataformas de reserva en línea, sistemas de información geográfica y realidad aumentada, puede mejorar la accesibilidad, la eficiencia y la calidad de la experiencia turística. Además, al facilitar la recopilación y análisis de datos, las tecnologías digitales proporcionan información valiosa para la toma de decisiones estratégicas y la evaluación del impacto de las iniciativas turísticas.

Referencias Bibliográficas

Contreras Sierra, Emigdio Rafael (2013) El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & Gestión* (35), julio-diciembre,. 152-181

- EUROINNOVA. (s.f.). Que es la Administración. Obtenido de <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-administracion>
- GAD Parroquial La Unión. (2019). *Sitios Turísticos* Obtenido de <https://gobierno-parroquiallaunion.gob.ec/azuay/sitios-turisticos/>
- Ordoñez, J. (2014). Teorías del desarrollo y el papel del Estado Desarrollo humano y bienestar, propuesta de un indicador complementario al Índice de Desarrollo Humano en México. *Política y gobierno XXI (2)*, 409-441. Disponible en <https://www.scielo.org.mx/pdf/pyg/v21n2/v21n2a6.pdf>
- PDOT. (2023). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. Obtenido de file:///C:/Users/USER/Downloads/PDyOT_LA_UNION_2019-2023_ORIGINAL.pdf
- Probabilidad y estadística. (2024). *Población y muestra - Probabilidad y Estadística* Obtenido de <https://www.probabilidadyestadistica.net/poblacion-y-muestra/>

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo VII

Turismo accesible:
Proyectos que garantizan
accesibilidad para todos

AUTORES: Na Gyun Yoon García; Pedro Steven Moreira Cantos;
Gina Ximena Campozano Chiquito



SABEREC 5.0

Resumen

La presente investigación se basa en el análisis del turismo accesible mediante proyectos que garanticen la accesibilidad para todos, su importancia radica en considerar a las personas con discapacidad al igual que los adultos mayores, cuentan cada vez más con un involucramiento en actividades de tipo turístico, lo que convierte a esta actividad sumamente rentable. El objetivo de la presente es analizar la implementación de la política pública de turismo accesible e inclusivo en la provincia de Manabí, destacando proyectos clave que demuestran cómo estas iniciativas gubernamentales están transformando el panorama turístico nacional hacia una mayor accesibilidad, con el fin de identificar logros, desafíos y oportunidades de mejora que puedan inspirar a otros destinos. En el contexto ecuatoriano, se reconocen cinco categorías de discapacidad: visual, auditiva, física, intelectual y psicosocial. Por consiguiente, es imperativo que toda iniciativa y estrategia vinculada al manejo y desarrollo del turismo accesible contemple e integre medidas y actividades que atiendan las necesidades específicas de cada una de estas discapacidades. Esta consideración integral es fundamental para garantizar una verdadera inclusión en el ámbito turístico. Se utilizaron los métodos de la investigación científica tales como: método teórico, empírico y los estadísticos matemáticos los mismos que aportaron como base en la búsqueda de los antecedentes teóricos de la investigación y en la consolidación de los resultados obtenidos. Se obtuvo como resultado observar directamente las iniciativas con la influencia de la política gubernamental facilitando la identificación de aspectos exitosos y áreas de mejora en la implementación de la política, que sugieren un enfoque integrado y colaborativo entre los sectores público y privado, junto con una mayor inversión en educación y financiación, es esencial para superar estas barreras y avanzar hacia un turismo más inclusivo.

Palabras clave: adultos mayores, discapacidad, turismo inclusivo, servicios turísticos, políticas

Abstract

This research is based on the analysis of accessible tourism through projects that guarantee accessibility for all, its importance lies in considering people with disabilities as well as older adults, they are increasingly involved in tourist-type activities, which makes this activity extremely profitable. The objective of this article is to analyze the implementation of the public policy of accessible and inclusive tourism in the province of Manabí, highlighting key projects that demonstrate how these government initiatives are transforming the national

tourism landscape towards greater accessibility, in order to identify achievements, challenges and opportunities for improvement that can inspire other destinations. In the Ecuadorian context, five categories of disability are recognized: visual, auditory, physical, intellectual and psychosocial. Consequently, it is imperative that any initiative and strategy linked to the management and development of accessible tourism contemplates and integrates measures and activities that address the specific needs of each of these disabilities. This comprehensive consideration is essential to guarantee true inclusion in the tourism field. Scientific research methods were used such as: theoretical, empirical method and mathematical statistics, which contributed as a basis in the search for the theoretical background of the research and in the consolidation of the results obtained. The result was obtained to directly observe the initiatives with the influence of government policy, facilitating the identification of successful aspects and areas of improvement in the implementation of the policy.

Keywords: older adults, disability, inclusive tourism, tourist services, policies

Introducción

El turismo accesible, también conocido como turismo para todos, ha surgido como un tema crucial en la industria turística global (Martínez y Boujrouf, 2020). Este concepto se refiere a la adaptación de entornos, productos y servicios turísticos para que sean accesibles a todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas, sensoriales o cognitivas (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2020). A pesar de los avances en las últimas décadas, la plena inclusión en el turismo sigue siendo un desafío significativo a nivel internacional, nacional y local.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2022), aproximadamente el 15% de la población mundial vive con algún tipo de discapacidad. Este segmento demográfico, junto con personas mayores y familias con niños pequeños, constituye un mercado potencial considerable para el sector turístico. Sin embargo, numerosos destinos y servicios turísticos aún carecen de las adaptaciones necesarias para garantizar una experiencia inclusiva y satisfactoria para todos los visitantes (Castellano, 2020).

En el ámbito internacional, países como España y Australia han implementado políticas y proyectos innovadores para mejorar la accesibilidad en sus destinos turísticos (Tite, Carrillo y Ochoa, 2021). A nivel nacional en Ecuador, el turismo accesible ha ganado impulso en los últimos años, respaldado por la Ley Orgánica de Discapacidades y el Plan Nacional de Turismo 2030,

que enfatizan la inclusión y la accesibilidad en el sector turístico. El Ministerio de Turismo ha implementado iniciativas como el programa "Ecuador Potencia Turística", que incluye directrices para la adaptación de infraestructuras y servicios turísticos a las necesidades de personas con discapacidad. En la provincia de Manabí, conocida por sus atractivas playas y rica herencia cultural, se han realizado esfuerzos significativos para mejorar la accesibilidad turística.

El Gobierno Provincial de Manabí, en colaboración con municipios locales y organizaciones de la sociedad civil, ha desarrollado proyectos como la adaptación de playas accesibles en Crucita y Pedernales, la implementación de rutas turísticas inclusivas en Portoviejo y Manta, y la capacitación de operadores turísticos en atención a personas con discapacidad. Estos esfuerzos han posicionado a Manabí como una de las provincias pioneras en el desarrollo del turismo accesible en Ecuador, aunque aún existen desafíos significativos en términos de infraestructura y sensibilización generalizada del sector.

La relevancia de esta investigación radica no solo en su potencial económico, sino también en su capacidad para promover la igualdad de oportunidades y la inclusión social. Los proyectos que garantizan la accesibilidad en el turismo no solo benefician a las personas con discapacidad, sino que mejoran la experiencia de todos los viajeros (Fernández, 2019).

El objetivo de esta investigación es analizar la implementación de la política pública de turismo accesible e inclusivo en la provincia de Manabí, Ecuador, examinando proyectos clave que ejemplifican cómo estas iniciativas gubernamentales están transformando el panorama turístico nacional. Se busca identificar logros significativos, desafíos persistentes y oportunidades de mejora, con el fin de proporcionar un modelo replicable que pueda inspirar y guiar a otros destinos en la adopción de prácticas de turismo accesible, considerando las cinco categorías de discapacidad reconocidas en Ecuador: visual, auditiva, física, intelectual y psicosocial.

El turismo accesible representa un cambio de paradigma en la industria turística global, desafiando las nociones tradicionales de hospitalidad y diseño de servicios. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020), el mercado del turismo accesible en Europa generó ingresos de aproximadamente 150 mil millones de euros en 2019, evidenciando su potencial económico.

En Ecuador, donde según el Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades (CONADIS, 2021), hay más de 472,000 personas con discapacidad registradas, el desarrollo del turismo accesible no solo representa una

oportunidad económica sino también un imperativo social y ético. La provincia de Manabí, con su rica oferta turística que incluye playas, sitios arqueológicos y áreas naturales, se posiciona como un caso de estudio ideal para examinar la implementación de políticas de turismo accesible a nivel regional (Sánchez et al., 2020).

El impacto previsto de esta investigación es multifacético. A nivel práctico, se espera que los hallazgos proporcionen una hoja de ruta para la mejora continua de las políticas de turismo accesible en Manabí y sirvan como referencia para otras provincias ecuatorianas y países de la región. Desde una perspectiva económica, la identificación de buenas prácticas y áreas de oportunidad puede conducir a un aumento en la competitividad del destino, atrayendo a un segmento de mercado en crecimiento. Socialmente, el estudio busca contribuir a la sensibilización sobre la importancia de la inclusión en el turismo, promoviendo un cambio de actitud en proveedores de servicios y en la comunidad en general. Además, al abordar las cinco categorías de discapacidad reconocidas en Ecuador, la investigación tiene el potencial de influir en la formulación de políticas más inclusivas y holísticas, que consideren la diversidad de necesidades dentro de la comunidad de personas con discapacidad.

Turismo accesible

El turismo accesible, también denominado turismo para todos, se refiere a la adecuación de los entornos, productos y servicios turísticos para que permitan el acceso, uso y disfrute a todos los usuarios, siguiendo los principios del Diseño Universal. Este concepto va más allá de la simple adaptación física de espacios; abarca toda la experiencia turística, desde la planificación del viaje hasta el retorno al lugar de origen. Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo accesible posibilita la plena participación e inclusión de las personas con discapacidad, movilidad reducida o necesidades especiales en el ámbito turístico, incluyendo la accesibilidad física, sensorial e intelectual. Este enfoque no solo beneficia a las personas con discapacidad permanente o temporal, sino también a adultos mayores, familias con niños pequeños y, en última instancia, a todos los turistas, mejorando la calidad global de la oferta turística (González, 2023).

Turismo multigeneracional

El turismo multigeneracional se ha convertido en una tendencia significativa en la industria turística global, reflejando cambios en la dinámica familiar y demográfica de las sociedades modernas. Este tipo de turismo se caracteriza

por viajes y experiencias que reúnen a miembros de diferentes generaciones de una misma familia o grupo social, con el propósito de compartir experiencias y fortalecer lazos familiares (Moncayo et al., 2021)

Típicamente, un grupo de turismo multigeneracional puede incluir abuelos, padres e hijos, y en algunos casos, se extiende a bisabuelos, tíos y primos, abarcando tres o más generaciones (Leiva, 2021).

Metodología

La investigación se llevó a cabo en la provincia de Manabí, Ecuador. Manabí es una provincia situada en la región costera de Ecuador, con una extensión geográfica que abarca una diversidad de paisajes, desde playas hasta montañas. Limita al oeste con el océano Pacífico, lo que le otorga una extensa costa con numerosas playas atractivas para el turismo. La provincia se caracteriza por su clima tropical, con temperaturas cálidas durante todo el año y una temporada de lluvias que se extiende de enero a abril.

En términos demográficos, Manabí es una de las provincias más pobladas de Ecuador, con una población diversa que incluye una mezcla de habitantes urbanos y rurales. La capital provincial es Portoviejo, una ciudad con una rica herencia cultural y un importante centro administrativo y comercial. Otra ciudad destacada es Manta, conocida por ser un puerto principal y un destino turístico popular.

Turísticamente, Manabí es famosa por sus playas, como las de Canoa, Puerto López y Crucita, que atraen a visitantes locales e internacionales. La región también cuenta con el Parque Nacional Machalilla, que incluye la isla de la Plata, a menudo llamada la "Pequeña Galápagos" debido a su biodiversidad. Además, Manabí es reconocida por su rica tradición cultural y gastronómica, ofreciendo a los turistas una experiencia completa que combina naturaleza, historia y cultura.

Esta investigación utilizó un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos para analizar la implementación de la política pública de turismo accesible e inclusivo en Manabí. Los métodos de investigación científica empleados fueron los siguientes:

Método teórico

Se realizó una revisión exhaustiva de la literatura relacionada con el turismo accesible, políticas públicas en Ecuador y las cinco categorías de discapacidad reconocidas en el país (visual, auditiva, física, intelectual y psicosocial).

Método empírico

Se llevaron a cabo observaciones directas de las iniciativas de turismo accesible en Manabí, entrevistas con actores clave y encuestas a usuarios y proveedores de servicios turísticos.

Métodos estadísticos matemáticos

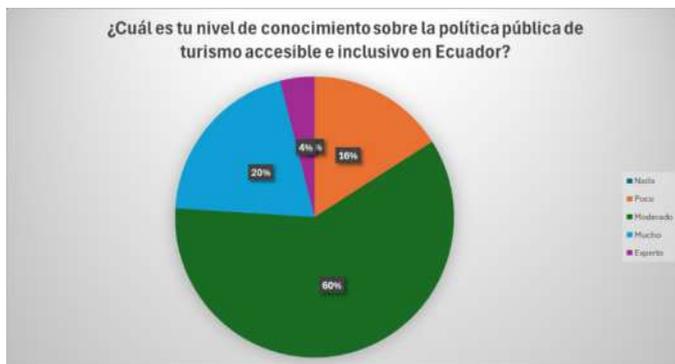
Se utilizaron para el análisis y consolidación de los datos obtenidos de la encuesta aplicada a la población de estudio.

Resultados

Para el análisis de los resultados, se llevó a cabo una encuesta entre un grupo de estudiantes de la carrera de Turismo en la universidad, obteniendo los siguientes resultados:

Figura 9.

Nivel de conocimiento sobre la política pública de turismo accesible e inclusivo en Ecuador.



Nota. En la figura 1 se muestran los resultados de la encuesta aplicada sobre el conocimiento de las políticas públicas de turismo.

La distribución de los niveles de conocimiento refleja un buen grado de familiaridad entre los encuestados sobre la política pública de turismo accesible e inclusivo en Ecuador. El hecho de que ningún encuestado tenga "Nada" de conocimiento sugiere una conciencia generalizada sobre el tema. La mayoría se encuentra en un nivel "Moderado", lo que indica que hay un entendimiento básico y una posible capacidad para participar en discusiones sobre la política. Sin embargo, el hecho de que solo un pequeño porcentaje se con-

sidere "Experto" sugiere la necesidad de continuar con programas educativos y de capacitación para aumentar el número de personas con un conocimiento profundo y especializado en esta área.

Figura 10.

Categorías de discapacidad crees que requiere más atención en el turismo accesible en Manabí.



Nota. En la figura 2 se muestran los resultados de la encuesta aplicada sobre las categorías de discapacidades de más atención en el turismo.

La mayoría de los encuestados identifica la discapacidad física como la categoría que más atención requiere en el turismo accesible en Manabí, lo que resalta la importancia de adaptar infraestructuras y servicios físicos. Sin embargo, las otras categorías de discapacidad también reciben atención significativa, lo que indica una comprensión amplia de la diversidad de necesidades entre las personas con discapacidad. Estos resultados sugieren que las políticas y prácticas de turismo accesible en Manabí deben abordar una gama de discapacidades para crear un entorno verdaderamente inclusivo.

El análisis de los resultados de la encuesta revela que la mayoría de los encuestados (78%) no están familiarizados con proyectos exitosos de turismo accesible en la región de Manabí. Este hallazgo sugiere una falta de visibilidad o difusión adecuada sobre tales iniciativas en la zona. Sin embargo, un segmento significativo de los encuestados (22%) afirmó tener conocimiento de proyectos exitosos en este ámbito, lo cual indica un potencial interés y conocimiento limitado que podría beneficiar a futuras iniciativas de turismo accesible en la región.

Los resultados de la encuesta revelan que la principal barrera para la implementación efectiva de proyectos de turismo accesible es la falta de financiamiento, mencionada por el 56% de los encuestados. Este dato destaca

la necesidad urgente de recursos económicos adecuados para llevar a cabo mejoras significativas en la accesibilidad. Además, un 16% de los participantes identificó la falta de apoyo gubernamental como otro obstáculo importante, subrayando la importancia de políticas y respaldo institucional para fomentar iniciativas de turismo accesible. La falta de concienciación y educación, señalada por el 12% de los encuestados, indica la necesidad de aumentar la sensibilización sobre la importancia y los beneficios del turismo accesible. Las barreras relacionadas con la infraestructura inadecuada y las restricciones legales o normativas, mencionadas por el 10% y el 6% de los encuestados, respectivamente, también representan desafíos significativos que deben ser abordados para mejorar la accesibilidad en el sector turístico. En conjunto, estos resultados sugieren que un enfoque integrado y colaborativo entre los sectores público y privado, junto con una mayor inversión en educación y financiación, es esencial para superar estas barreras y avanzar hacia un turismo más inclusivo.

Discusión

Martínez y Boujrouf (2020), sostienen que la accesibilidad turística se ha convertido en un elemento fundamental de la calidad en el sector turístico. Argumentan que en la actualidad no es posible concebir un turismo de calidad si este no está al alcance de todos los individuos, independientemente de sus circunstancias o condiciones. Los autores enfatizan que la accesibilidad debe ser considerada de manera integral, abarcando toda la cadena de valor turística, ya que la mejora de elementos aislados resulta insuficiente si no existe una continuidad en la experiencia accesible.

Por su parte, Castellano (2020), define al turista accesible como aquel individuo que, debido a una discapacidad temporal o permanente al momento de realizar actividades turísticas, presenta necesidades y exigencias diferentes y más específicas que las de un turista convencional. Esta perspectiva resalta la importancia de comprender y atender las particularidades de este segmento de viajeros.

De acuerdo con el análisis realizado ambos autores ofrecen perspectivas complementarias sobre el turismo accesible, contribuyendo a una comprensión más holística del tema. Martínez y Boujrouf (2020), adoptan un enfoque macro, centrándose en la importancia sistémica de la accesibilidad en la industria turística. Su visión subraya la necesidad de una transformación integral del sector para garantizar la inclusión.

Castellano (2020), por otro lado, se centra en la experiencia individual del turista con discapacidad, destacando la especificidad de sus necesidades. Este enfoque micro es crucial para el diseño de servicios y productos turísticos verdaderamente inclusivos.

La síntesis de estas perspectivas sugiere que el turismo accesible requiere tanto de una reestructuración a nivel industrial como de una atención detallada a las necesidades individuales de los turistas con discapacidad. Este enfoque dual podría conducir a la creación de un ecosistema turístico más inclusivo y equitativo, donde la accesibilidad no sea un añadido, sino un componente intrínseco de la oferta turística de calidad.

Además, estas visiones plantean la necesidad de una mayor investigación y colaboración entre los diversos actores del sector turístico, incluyendo a los propios turistas con discapacidad, para desarrollar soluciones innovadoras y holísticas que satisfagan las demandas de accesibilidad en todos los aspectos de la experiencia turística.

Conclusiones

La investigación revela una conciencia generalizada sobre la política pública de turismo accesible e inclusivo en Ecuador, con la mayoría de los encuestados mostrando un nivel de conocimiento moderado. Sin embargo, la escasez de "expertos" en el tema sugiere la necesidad de implementar programas educativos y de capacitación más intensivos para profundizar el entendimiento y la especialización en este campo.

Aunque la discapacidad física se identifica como la categoría que requiere mayor atención en el turismo accesible de Manabí, los resultados indican una comprensión de la diversidad de necesidades entre las personas con diferentes tipos de discapacidad. Esto subraya la importancia de desarrollar políticas y prácticas de turismo accesible que aborden de manera integral las cinco categorías de discapacidad reconocidas en Ecuador.

La falta de conocimiento sobre proyectos exitosos de turismo accesible en Manabí, junto con la identificación de barreras como la falta de financiamiento y apoyo gubernamental, señala la necesidad de una mayor inversión, difusión y colaboración entre los sectores público y privado. Superar estas barreras se presenta como crucial para implementar efectivamente proyectos de turismo accesible y posicionar a Manabí como un destino verdaderamente inclusivo.

Referencias Bibliográficas

- Martínez Carrillo, M. y Boujrouf, S. (2020). Turismo accesible para todos. Evaluación del grado de accesibilidad universal de los parques y jardines de Marrakech. *Pasos revista de turismo y patrimonio cultural*, 18(1), 57-81. 10.25145/j.pasos.2020.18.004
- Castellano Montesdeoca, E. (2020). Turismo Accesible en la isla de Gran Canaria: situación actual. *Trascender, contabilidad y gestión*, 5(15), 2-26.
- Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades (2021) *Análisis De Indicadores De La Agenda Nacional Para La Igualdad De Discapacidades ANID 2017 – 2021*. Disponible en http://aplicaciones.consejodiscapacidades.gob.ec/siind/uploads/indicadores_de_avances/92_11%20Analisis_Indicadores%20Eje%20Turismo%20Accesible%20Cultura%20y%20Deporte.pdf
- Tite Cunalata, G., Carrillo Rosero, D. y Ochoa Ávila, M. (2021). Turismo accesible: estudio bibliométrico. *Turismo y Sociedad*, 28, (ene. 2021), 115–132. DOI:<https://doi.org/10.18601/01207555.n28.06>.
- Fernández Bautista, J. E. (2019). *Proyecto de ley de turismo accesible para el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz* (Doctoral dissertation). Universidad Mayor de San Andrés. La Paz. Disponible en <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/25563>
- Gonzales Dávila, F. M. (2023). Diseño e implementación de un plan de desarrollo de productos en un operador de turismo receptivo en Perú en el 2019. Universidad San Ignacio de Loyola. Disponible en <https://hdl.handle.net/20.500.14005/13612>
- Leiva Gómez, D. (2021). Marco Multi Generacional. Residencia de mayores-Co-housing. Centro de día-Centro multigeneracional. Casco histórico de Cartagena. Universidad Politécnica de Cartagena.
- Moncayo Solórzano, J. F., y Murillo Moreira, K. V. (2021). Evaluación de la potencialidad para el diseño de productos de turismo alternativo en la zona centro de Manabí (Bachelor's thesis, Calceta: ESPAM MFL).
- Organización Mundial de la Salud (2022). *Discapacidad*. <https://www.paho.org/es/temas/discapacidad>
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *Turismo accesible*. <https://www.unwto.org/es/turismo-accesible>

.....

Sánchez Ruiz, J., Loarte Tene, M., y Caisachana Torres, D. (2020). Turismo accesible e inclusivo en el Ecuador, frente al turismo accesible en otros países. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(1), 225-231.

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo VIII

Café y turismo: una relación
estratégica para el desarrollo
económico en la zona sur de Manabí
y el cantón Jipijapa

AUTORES: Cesar Alfredo Aguilar Cano



SABEREC 5.0

Resumen

Este estudio aplicó una metodología de revisión sistemática exploratoria para analizar la relación entre las potencialidades endógenas cafetaleras y su influencia en el desarrollo turístico en la zona sur de Manabí y el cantón Jipijapa. Se utilizó la técnica de revisión documental siguiendo la metodología de Arias (2012), analizando diversos recursos como artículos, documentos, manuales, sitios web y libros sobre el turismo como motor del desarrollo local en Pedernales. Los resultados sugieren que el turismo cafetalero en la zona sur de Manabí y Jipijapa tiene un gran potencial para contribuir al desarrollo económico y social de la región. Este tipo de turismo preserva la herencia cultural y gastronómica local, genera empleo en sectores como la hostelería y la restauración, y promueve la conservación ambiental y la sostenibilidad en la producción de café. El turismo es un factor importante para el desarrollo, ya que contribuye al crecimiento económico a través del gasto de los turistas, genera empleo, promueve la cultura y mejora la infraestructura local. En particular, el turismo cafetalero ofrece a los visitantes la oportunidad de explorar la historia y la tradición del café, además de degustar productos locales. Para maximizar este potencial, es esencial una gestión responsable y sostenible que beneficie tanto a la comunidad local como a los visitantes. En conclusión, la combinación de las potencialidades endógenas cafetaleras y el turismo puede impulsar el desarrollo sostenible en la zona sur de Manabí y Jipijapa, beneficiando a sus habitantes y atrayendo a turistas interesados en experiencias auténticas y enriquecedoras.

Palabras clave: turismo, desarrollo local, café, potencialidades.

Abstract

This study applied an exploratory systematic review methodology to analyze the relationship between the endogenous coffee potential and its influence on tourism development in the southern area of Manabí and the Jipijapa canton. The documentary review technique was used following the methodology of Arias (2012), analyzing various resources such as articles, documents, manuals, websites and books on tourism as a driver of local development in Pedernales. The results suggest that coffee tourism in the southern area of Manabí and Jipijapa has great potential to contribute to the economic and social development of the region. This type of tourism preserves the local cultural and gastronomic heritage, generates employment in sectors such as hospitality and restaurants, and promotes environmental conservation and sustainability in coffee production. Tourism is an important factor for development, as it con-

tributes to economic growth through tourist spending, generates employment, promotes culture and improves local infrastructure. In particular, coffee tourism offers visitors the opportunity to explore the history and tradition of coffee, as well as taste local products. To maximize this potential, responsible and sustainable management that benefits both the local community and visitors is essential. In conclusion, the combination of endogenous coffee potential and tourism can promote sustainable development in the southern area of Manabí and Jipijapa, benefiting its inhabitants and attracting tourists interested in authentic and enriching experiences.

Keywords: tourism, local development, coffee, potentialities.

Introducción

El presente artículo aborda la problemática de la relación entre las potencialidades endógenas cafetaleras y su influencia en el desarrollo turístico en la zona sur de Manabí y el cantón Jipijapa, Ecuador. A pesar de la rica tradición cafetalera de la región, el potencial del turismo cafetalero para contribuir al desarrollo económico y social no ha sido completamente aprovechado. Este estudio se sitúa en un contexto donde el turismo es reconocido como un motor clave para el desarrollo local y regional, especialmente en áreas con recursos culturales y naturales únicos.

A nivel internacional, el turismo ha demostrado ser una herramienta eficaz para el desarrollo sostenible, generando ingresos, empleo y promoviendo la conservación del patrimonio cultural y natural (González Martel y Tillaguan-go, 2020). En países como España, Tailandia y México, el turismo ha contribuido significativamente al crecimiento económico y a la diversificación de sus economías (Vizcaino, 2015). A nivel nacional, Ecuador ha identificado el turismo como un sector estratégico para su desarrollo económico, y ha impulsado diversas iniciativas para fortalecer su industria turística (Osorio, 2016). Localmente, la zona sur de Manabí y Jipijapa poseen una herencia cafetalera centenaria que puede ser capitalizada para atraer turistas interesados en experiencias auténticas y sostenibles.

El objetivo de esta investigación es analizar cómo las potencialidades endógenas cafetaleras pueden ser integradas en el desarrollo turístico de la región, promoviendo el crecimiento económico, la generación de empleo y la conservación cultural y ambiental. La hipótesis planteada sugiere que una gestión responsable y sostenible del turismo cafetalero puede ser una estrategia efectiva para impulsar el desarrollo local en la zona sur de Manabí y Jipijapa.

La revisión de la literatura científica revela que el turismo cafetalero, al igual que otras formas de turismo rural, tiene el potencial de generar beneficios económicos significativos al diversificar la oferta turística y atraer a un nicho de mercado específico interesado en la cultura y la producción del café (Figueroa et al., 2022). Además, estudios previos indican que la combinación de turismo y producción de café puede fomentar prácticas agrícolas sostenibles y la preservación del medio ambiente (Aguilar Rodríguez y Dávila Jiménez, 2020).

En resumen, esta investigación se justifica por la necesidad de explorar y documentar las formas en que las potencialidades endógenas cafetaleras pueden ser utilizadas para el desarrollo turístico sostenible en la zona sur de Manabí y Jipijapa, contribuyendo así al bienestar económico y social de sus comunidades.

Metodología

La metodología empleada, dado el alcance de los objetivos de la investigación, se basó en una revisión sistemática exploratoria. Esta estrategia implica sintetizar de manera ordenada la evidencia científica con el propósito de examinar una relación existente en el ámbito del conocimiento, ya sea en términos generales o específicos, y responder a una pregunta concreta. De esta forma, pudimos analizar el corpus de conocimiento existente acerca de las Potencialidades Endógenas Cafetaleras y su Influencia en el Desarrollo Turístico en la Zona Sur de Manabí y el Cantón Jipijapa, lo que nos permitió formular hipótesis, identificar áreas de investigación y concluir sobre los objetivos planteados en la investigación (Manchado Garabito et al., 2009).

En esta investigación, se empleó la técnica de revisión documental, como parte de un enfoque no experimental, siguiendo la metodología propuesta por (Arias 2012). Este proceso abarcó la revisión y análisis de diversos recursos documentales, como artículos, documentos, manuales, sitios web y libros, relacionados con los temas que analizan la relación existente entre el "café y el turismo" como elementos o estrategia de desarrollo.

Resultados

Una visión cercana del desarrollo local sostenible

En la visión inicial que tenemos para el desarrollo de esta investigación, hemos considerado pertinente iniciar estableciendo algunas precisiones respecto a el desarrollo sostenible. Para ello hemos consolidado algunos criterios que declaramos a continuación:

1. En la forma más elemental López (2020), establece que el desarrollo local sostenible se refiere a un enfoque integral y a largo plazo para el crecimiento y progreso de una comunidad o región que busca equilibrar las necesidades económicas, sociales y ambientales. Implica promover la prosperidad económica local mediante la creación de empleos y oportunidades empresariales, al tiempo que se preservan los recursos naturales y se promueve la equidad social. En esencia, el desarrollo local sostenible busca mejorar la calidad de vida de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.
2. Por otra parte la revisión sistemática bibliográfica nos ha permitido a través de Rodríguez Alonso (2019), comprender que, el desarrollo local sostenible se fundamenta en la idea de que cada comunidad tiene un papel activo en su propio desarrollo, aprovechando sus recursos locales de manera responsable. Se trata de promover la autogestión y la participación ciudadana, fomentando la toma de decisiones inclusivas que tengan en cuenta tanto los aspectos económicos como los sociales y ambientales. En este contexto, la sostenibilidad implica la gestión cuidadosa de los recursos naturales, la reducción de la huella ecológica y la promoción de prácticas empresariales responsables que contribuyan al bienestar común.
3. El desarrollo local sostenible se refiere a la creación de comunidades resilientes y equitativas que prosperen a largo plazo sin agotar los recursos disponibles ni dañar el entorno. Este enfoque implica la diversificación económica, la inversión en infraestructuras sostenibles, la promoción de la educación y la capacitación, y la inclusión de grupos marginados en el proceso de desarrollo. Este criterio podemos complementarlo con la idea de Sánchez-Rodríguez y Anzola-Morales (2021), mismo que refiere en su trabajo que, la sostenibilidad es el núcleo de esta estrategia, ya que busca garantizar que las generaciones futuras tengan la misma oportunidad de desarrollo que las actuales, sin sacrificar el entorno natural que sustenta la vida en la comunidad.

El turismo como factor de desarrollo

El turismo se ha convertido en un factor clave para el desarrollo económico y social en muchas regiones del mundo. A medida que las industrias turísticas crecen y evolucionan, su impacto en las economías locales se vuelve cada vez más evidente y significativo. Este análisis se adentrará en la impor-

tancia del turismo como un factor de desarrollo, destacando sus contribuciones al crecimiento económico, la generación de empleo, la promoción de la cultura y la mejora de la infraestructura local.

Contribución al Crecimiento Económico

Una de las formas más evidentes en que el turismo contribuye al desarrollo es a través del crecimiento económico. En una idea básica, pero precisa González Martel y Tillaguango (2020), concluye que cuando los turistas visitan una región, gastan dinero en alojamiento, alimentos, transporte, actividades recreativas y suvenires, lo que genera ingresos directos para la comunidad local. Estos ingresos se extienden a una amplia gama de sectores, desde la hostelería y la restauración hasta el comercio minorista y los servicios de transporte. Además, el turismo fomenta la inversión en infraestructura turística, como hoteles, aeropuertos y carreteras, lo que a su vez estimula el crecimiento económico a largo plazo.

Un ejemplo destacado de este fenómeno es el efecto del turismo en países como España, Tailandia y México (Vizcaino 2015). Estas naciones han experimentado un crecimiento económico significativo gracias a sus prósperas industrias turísticas. El turismo aporta divisas extranjeras y contribuye al Producto Interno Bruto (PIB), lo que fortalece la economía y permite la inversión en otros sectores, como la educación y la salud.

Generación de Empleo

Otro aspecto fundamental del turismo como motor de desarrollo es su capacidad para generar empleo. En un análisis consolidado Bosch et al. (2004), establece que las empresas relacionadas con el turismo, como hoteles, restaurantes, agencias de viajes y guías turísticos, requieren una amplia fuerza laboral para satisfacer la demanda de los visitantes. Esto proporciona oportunidades de empleo tanto para profesionales altamente capacitados como para trabajadores locales no especializados.

En muchas regiones, el turismo es una de las principales fuentes de empleo, lo que ayuda a reducir el desempleo y mejorar la calidad de vida de la población local. Los trabajadores que obtienen empleo en la industria turística a menudo tienen acceso a una formación y capacitación que mejora sus perspectivas laborales a largo plazo. Además, el turismo puede impulsar el emprendimiento local, ya que las personas pueden crear sus propios negocios relacionados con el turismo, como pequeños restaurantes o tiendas de artesanías.

Promoción de la Cultura y la Identidad

El turismo también desempeña un papel crucial en la promoción de la cultura y la identidad de una región. Los visitantes buscan experiencias auténticas y culturales, lo que estimula la preservación y promoción de las tradiciones locales. Esto puede incluir festivales culturales, museos, espectáculos folclóricos y la promoción de la gastronomía regional. El turismo cultural no solo enriquece la experiencia de los visitantes, sino que también contribuye al orgullo y la valoración de la herencia cultural local por parte de la comunidad (Osorio 2016).

Un ejemplo interesante es el turismo en lugares históricos y ciudades antiguas. La conservación y restauración de monumentos y sitios históricos no solo atraen a turistas, sino que también preservan la historia y la arquitectura de la región para las generaciones futuras.

Mejora de la Infraestructura Local

La llegada de turistas a una región a menudo conduce a mejoras en la infraestructura local. Las autoridades locales suelen invertir en la construcción y el mantenimiento de carreteras, aeropuertos, sistemas de transporte público y servicios básicos para garantizar una experiencia de viaje más cómoda y atractiva. Estas mejoras no solo benefician a los turistas, sino que también mejoran la calidad de vida de los residentes locales (Cunin y Rinaudo 2005). Además, la inversión en infraestructura puede facilitar el acceso a zonas rurales o remotas, lo que a su vez promueve el desarrollo en áreas previamente marginadas.

El Turismo Cafetalero en la Zona Sur de Manabí y el Cantón Jipijapa

El turismo cafetalero en la zona sur de Manabí y, en particular, en el cantón Jipijapa, representa una oportunidad única para los viajeros que buscan una experiencia auténtica y enriquecedora. Esta región, conocida por su rica tradición cafetalera, ofrece a los visitantes la posibilidad de adentrarse en la historia, cultura y proceso de producción del café, en un entorno de belleza natural y hospitalidad local. A través de recorridos por fincas de café, degustaciones y la interacción con los productores locales, el turismo cafetalero se ha convertido en una atractiva opción para aquellos que desean una experiencia única en Ecuador.

La historia del café en Jipijapa se remonta a más de un siglo, y esta herencia se manifiesta en cada etapa del proceso de producción (Ruíz Zavala 2016). Los viajeros pueden conocer de cerca cómo se cultiva, cosecha y pro-

cesa el café en fincas locales. Esto ofrece una visión profunda de la artesanía y el cuidado que se dedican a la producción de café de alta calidad. Los agricultores comparten sus conocimientos y técnicas, lo que permite a los visitantes apreciar la dedicación que se requiere para llevar una taza de café desde el campo hasta la taza.

Además del aspecto cultural, el turismo cafetalero en la zona sur de Manabí y Jipijapa brinda la oportunidad de disfrutar de la deliciosa gastronomía local. Los visitantes pueden degustar café fresco y auténtico, acompañado de platos típicos ecuatorianos, como el bolón de verde o el encocado de pescado. Esta combinación de experiencias culinarias y culturales enriquece la visita y permite a los turistas conectarse de manera más profunda con la comunidad local.

El turismo cafetalero también tiene un impacto económico positivo en la región. La creación de rutas turísticas y la promoción de recorridos por fincas de café generan empleo en sectores como la hostelería, la restauración y el transporte. Esto contribuye a la dinamización económica de la comunidad local, reduciendo el desempleo y mejorando las perspectivas de vida de los habitantes de la zona (Pin Figueroa 2020).

En resumen, el turismo cafetalero en la zona sur de Manabí y el cantón Jipijapa representa una oportunidad única para experimentar la rica herencia cultural y gastronómica de la región. Con su historia centenaria, su compromiso con la calidad y la autenticidad de sus experiencias, esta área de Ecuador está bien posicionada para atraer a viajeros en busca de una conexión genuina con la cultura y el mundo del café. Además, este tipo de turismo contribuye al desarrollo económico local, lo que lo convierte en un activo valioso para la región.

Potencialidades Endógenas Cafetaleras y su Rol en el Desarrollo Turístico en la Zona Sur de Manabí y el Cantón Jipijapa

La zona sur de la provincia de Manabí en Ecuador, y en particular el cantón Jipijapa, alberga un valioso tesoro en forma de potencialidades endógenas cafetaleras que pueden ser aprovechadas de manera efectiva para impulsar el desarrollo turístico. Esta región posee una rica tradición cafetalera que puede convertirse en un atractivo singular para los visitantes, promoviendo la cultura local, generando empleo y estimulando la economía local. En este análisis, examinaremos cómo las potencialidades endógenas cafetaleras pueden contribuir al desarrollo turístico en esta área.

Herencia Cafetalera: Historia y Tradición

La historia cafetalera en el cantón Jipijapa y sus alrededores es rica y fascinante. Desde finales del siglo XIX, esta región se ha destacado por la producción de café de alta calidad. Los cafetales aquí han sido cultivados durante generaciones, lo que ha dado lugar a un conocimiento profundo sobre el proceso de cultivo, cosecha y procesamiento del café. Esta herencia cafetalera representa una oportunidad única para el turismo cultural, donde los visitantes pueden sumergirse en la historia y las tradiciones relacionadas con el café.

Turismo Cafetalero: Experiencias Auténticas

El turismo cafetalero es una tendencia emergente en todo el mundo, donde los viajeros buscan experiencias auténticas y significativas. La zona sur de Manabí, con su historia y tradición cafetalera, está perfectamente posicionada para capitalizar esta tendencia. Los visitantes pueden participar en recorridos por fincas de café, conocer a los agricultores locales, aprender sobre el proceso de producción y degustar café fresco cultivado en la región. Estas experiencias brindan una conexión directa con la cultura y la comunidad local, lo que puede ser un atractivo poderoso para los turistas.

Diversificación de la Oferta Turística

En el trabajo de investigación "Los escenarios cafetaleros de la zona sur de Manabí y su potencial para desarrollar una oferta de turismo rural" Figueroa, Rodríguez et al. (2022), determinan que el desarrollo del turismo cafetalero puede ser una estrategia eficaz para diversificar la oferta turística en la zona sur de Manabí. Si bien las playas y la naturaleza son atractivos sobresalientes, el turismo cafetalero agrega un elemento cultural y gastronómico a la experiencia. Los visitantes pueden combinar días de playa con visitas a las fincas de café, lo que crea una oferta integral para satisfacer una variedad de intereses y preferencias de los turistas.

Beneficios Económicos y Empleo Local

La promoción del turismo cafetalero no solo puede preservar la herencia cultural, sino que también puede generar beneficios económicos significativos para la zona sur de Manabí y el cantón Jipijapa. La creación de rutas turísticas, la organización de recorridos y la venta de productos relacionados con el café pueden generar ingresos adicionales para las comunidades locales (Aguilar Rodríguez y Dávila Jiménez 2020). Además, la demanda de servicios turísticos puede impulsar la creación de empleo en sectores como la hostele-

ría, la restauración y el transporte, lo que puede ayudar a reducir el desempleo y mejorar la calidad de vida de la población local.

Sostenibilidad y Conservación

El turismo cafetalero también puede desempeñar un papel en la promoción de prácticas sostenibles en la producción de café (Aguilar Rodríguez y Dávila Jiménez 2020). Los visitantes interesados en el café suelen ser conscientes del medio ambiente y la sostenibilidad. Esto puede incentivar a los agricultores locales a adoptar prácticas de cultivo respetuosas con el medio ambiente y a proteger las áreas naturales circundantes. La sostenibilidad ambiental y social puede ser un componente importante de la narrativa turística en la zona.

Conclusiones

El turismo es un factor de desarrollo multifacético que aporta beneficios económicos, sociales y culturales a las comunidades locales. Su capacidad para generar ingresos, empleo y promover la cultura hace que sea una herramienta poderosa para mejorar la calidad de vida de las personas y estimular el crecimiento económico sostenible. Sin embargo, es esencial que el turismo se gestione de manera responsable y sostenible para minimizar su impacto negativo en el medio ambiente y la cultura local. En resumen, el turismo bien planificado y gestionado puede ser un catalizador significativo para el desarrollo de regiones en todo el mundo.

El aprovechamiento de las potencialidades endógenas cafetaleras en la zona sur de Manabí, específicamente en el cantón Jipijapa, presenta una oportunidad valiosa para impulsar el desarrollo turístico de la región. La herencia cafetalera, combinada con la creciente tendencia hacia el turismo experiencial y sostenible, crea un escenario propicio para atraer a viajeros interesados en conocer la historia y la cultura locales mientras disfrutan de paisajes naturales impresionantes. Para maximizar estos beneficios, es crucial la colaboración entre las autoridades locales, los productores de café y los actores del turismo para crear una experiencia enriquecedora que beneficie tanto a la comunidad local como a los visitantes.

Considerando las condiciones existentes en la zona sur de Manabí, especialmente en Jipijapa, en la que consta la existencia de fincas cafetaleras con condiciones para desarrollar turismo basado en la experiencia del consumo de café, podemos concluir finalmente que la relación adecuada y muy bien aprovechada u orientada del "café y turismo" son claves para generar procesos de desarrollo en estas localidades.

Referencias Bibliográficas

- Aguilar Rodríguez, M. S. y W. A. Dávila Jiménez (2020) *Instrumentos que influyen en el turismo sostenible de las comunidades cafetaleras de Villa Rica, año 2019*. Universidad de San Martín de Porres. Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Disponible en <https://hdl.handle.net/20.500.12727/7369>
- Arias, F. G. (2012). El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. 6ta, Fidas G. Arias Odón.
- Bosch, J. L., et al. (2004). La importancia de la generación de empleo como dinamizadora del desarrollo local en un centro turístico. Caso: San Carlos de Bariloche. *Aportes y transferencias 8(2): 25-44*.
- Cunin, E. y Rinaudo, C. (2005). Las murallas de Cartagena entre patrimonio, turismo y desarrollo urbano. El papel de la Sociedad de Mejoras Públicas. *Memorias. Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe 2005, (2)*
- Figueroa, W.; Rodríguez, X.; Vaca, L y Figueroa, F. (2022). Los escenarios cafetaleros de la zona sur de Manabí y su potencial para desarrollar una oferta de turismo rural. *RECIAMUC 6(4): 144-158*.
- González Martel, C. y B. Tillaguango (2020) Relación entre turismo internacional y el crecimiento económico a nivel mundial. *Revista Económica: (RVE) [ISSN 2737-6257], 8 (1), 67-75*
- López, I. G. (2020). *Desarrollo sostenible*. Editorial Elearning, SL.
- Manchado Garabito, Rocío, Tamames Gómez, Sonia, López González, María, Mohedano Macías, Laura, D'Agostino, Marcelo y Veiga de Cabo, Jorge. (2009). Revisiones Sistemáticas Exploratorias. *Medicina y Seguridad del Trabajo, 55(216), 12-19*. Recuperado de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0465-546X2009000300002&lng=es&tlng=es.
- Osorio, J. A. O. (2016). "La aventura del turismo; revivificando la cultura a través del turismo y el patrimonio." *International journal of scientific management and tourism 2(2): 285-295*.
- Pin Figueroa, W. (2020). *Turismo rural en áreas cafetaleras en la zona sur de Manabí, Ecuador*. Universidad de Alicante. Programa de Doctorado en Filosofía y Letras por la Universidad de Alicante

- Viscaino Ponferrada, M. L. (2015). Evolución del turismo en España: el turismo cultural. *International journal of scientific management and tourism* 1(4): 75-95.
- Rodríguez Alonso, G. (2019). El Agroturismo, una visión desde el desarrollo sostenible. *Centro agrícola* 46(1): 62-65.
- Ruíz Zavala, G. J. (2016). *Estudio de mercado para la implementación del museo temático de café ecuatoriano en el cantón Jipijapa, provincia de Manabí*. Universidad de Guayaquil. Facultad de Comunicación Social.
- Sánchez-Rodríguez, G. y Anzola-Morales, O.-L. (2021). Desarrollo y sostenibilidad: una discusión vigente en el sector turístico." *Letras Verdes, Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales* (29): 29-47.

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo IX

Construcción de un futuro inclusivo
y sostenible:

El papel del trabajo social en la
conservación cultural

AUTORES: María José Marcillo Alcivar; John Alfredo Muñiz García



SABEREC 5.0

Resumen

El presente estudio titulado "Construcción de un Futuro Inclusivo y Sostenible: El Papel del Trabajo Social en la Conservación Cultural" aborda la problemática de la preservación de la diversidad cultural en un mundo globalizado, donde las culturas locales corren el riesgo de desaparecer. El objetivo principal de la investigación es destacar la importancia del trabajo social en la conservación cultural, subrayando cómo los trabajadores sociales pueden contribuir a un futuro inclusivo y sostenible. La investigación se desarrolla bajo la metodología con un enfoque cualitativo con entrevistas a profesionales del trabajo social. Los resultados revelan que los trabajadores sociales desempeñan un papel crucial en la mediación entre las comunidades y las instituciones, promueven la participación activa de las comunidades en la conservación de su patrimonio cultural. Además, el estudio resalta la importancia de las políticas inclusivas que consideren las necesidades y perspectivas de las comunidades locales. Se concluye que el trabajo social no solo facilita la preservación cultural, sino que también promueve la justicia social y el desarrollo sostenible, al empoderar a las comunidades para que se conviertan en agentes activos en la protección de su propio patrimonio cultural.

Palabras clave: diversidad cultural, patrimonio cultural, justicia social, desarrollo sostenible, participación comunitaria.

Abstract

The present study titled "Building an Inclusive and Sustainable Future: The Role of Social Work in Cultural Conservation" addresses the issue of preserving cultural diversity in a globalized world where local cultures are at risk of disappearing. The main objective of the research is to emphasize the importance of social work in cultural conservation, highlighting how social workers can contribute to an inclusive and sustainable future. The research is conducted using a qualitative approach with interviews of social work professionals and local community members. Findings reveal that social workers play a crucial role in mediating between communities and institutions, promoting active community participation in the preservation of their cultural heritage. Additionally, the study underscores the importance of inclusive policies that consider the needs and perspectives of local communities. It is concluded that social work not only facilitates cultural preservation but also promotes social justice and sustainable development by empowering communities to become active agents in safeguarding their own cultural heritage.

Keywords: cultural diversity, cultural heritage, social justice, sustainable development, community participation

Introducción

En la actualidad, el papel del trabajo social en la conservación cultural se ha destacado como crucial para promover un futuro inclusivo y sostenible. Los trabajadores sociales desempeñan un papel fundamental en la mediación entre las comunidades y las instituciones, facilitando la participación activa en la preservación del patrimonio cultural. Este enfoque no solo fortalece la identidad cultural local, sino que también fomenta el desarrollo económico y la cohesión social a través de prácticas inclusivas y sostenibles.

La cultura es un factor determinante en la vida de los seres humanos, sin importar su condición social o económica; esta se encuentra inmersa en el desarrollo conductual, social y económico de cada individuo, a través de un proceso de transmisión, que consiste en la transferencia de ideas, valores, creencias, etc. Es así que, desde los espacios culturales, se busca la transformación social por medio de la cultura.

La conservación cultural, vista a través del prisma del trabajo social, no solo implica la preservación de monumentos o tradiciones, sino también el empoderamiento de las comunidades locales para que se conviertan en agentes activos de protección y promoción de su propio patrimonio. Este enfoque colaborativo y participativo ayuda a mitigar los impactos negativos del desarrollo globalizado, asegurando la continuidad de prácticas culturales valiosas y la promoción de la diversidad en un contexto cada vez más homogéneo.

El trabajo social a más de ser una disciplina científica que se destaca por su accionar con individuos, grupos y comunidades con el objetivo de promover el bienestar social, la justicia y el desarrollo sostenible, también abogan por los derechos culturales, intervienen en el desarrollo comunitario sostenible y facilitan la educación y sensibilización intercultural. Esto implica fomentar el respeto y preservación de las prácticas, tradiciones, idiomas y valores culturales de diferentes grupos étnicos y comunidades, impulsando su conservación a través de una gestión adecuada.

Metodología

La investigación se llevó a cabo en la ciudad de Jipijapa, un área con rico contexto cultural, aunque el estudio se centró esta ciudad, las entrevistas incluyeron a miembros del grupo Red Profesional de Trabajo Social a nivel mundial, proporcionando una perspectiva global sobre el tema.

Tipo de Investigación: La metodología con enfoque cualitativo en una investigación produce datos descriptivos, como las propias palabras de las per-

sonas, sean habladas o escritas, y la conducta observable, busca comprender la vida social del individuo. Por ende, en el presente estudio se considera el más adecuado, ya que permite explorar en profundidad las percepciones de los profesionales en el área en cuanto a la conservación cultural (Sánchez, 2019).

- **Población:** La población objetivo de esta investigación está constituida por todos los trabajadores sociales que están activamente involucrados en iniciativas de preservación cultural a nivel mundial. Esta población incluye a profesionales que desarrollan proyectos, programas y actividades relacionadas con la conservación cultural en diversas instituciones y comunidades.
- **Muestra:** Se seleccionará una muestra de trabajadores sociales de manera conveniente, basada en la disponibilidad y disposición para participar en el estudio. El muestreo por conveniencia permite seleccionar a aquellos profesionales que están accesibles y dispuestos a colaborar en el estudio, facilitando la recolección de datos en el tiempo y lugar más adecuados para los investigadores. Aunque este tipo de muestreo no siempre garantiza la representatividad completa de la población, es una metodología práctica en contextos donde el acceso a la población objetivo puede ser limitado (Hernández y Mendoza, 2018)
- **Recolección de Datos:** Para la recolección de datos se llevará a cabo a través de entrevistas semiestructuradas.
- **Instrumentos y Técnicas:** Se utilizará una guía de entrevista como preguntas semiestructuradas diseñada específicamente para conocer como el trabajo social contribuye a la construcción de un futuro inclusivo y sostenible mediante su papel en la conservación cultural, así también las principales barreras o desafíos que enfrentan los trabajadores sociales al intentar integrar prácticas de conservación cultural en su labor diaria. Las entrevistas semiestructuradas se apoyan de una guía de preguntas donde el entrevistador tiene la posibilidad de introducir más interrogantes si así lo considera de manera que pueda precisar conceptos u obtener mayor información. (Hernández y Mendoza, 2018)
- **Análisis de Datos:** Este proceso permitirá generar interpretaciones de las percepciones que tienen expertos sobre el papel del trabajo social en la conservación cultural.

Resultados

En este apartado se analizan los resultados obtenidos a través de las entrevistas realizadas a los profesionales en Trabajo Social, con el objetivo de destacar la importancia del trabajo social en la conservación cultural, subrayando cómo los trabajadores sociales pueden contribuir a un futuro inclusivo y sostenible, para lo cual se ha elaborado una tabla en donde han sido colocados los datos obtenidos para una mejor comprensión; luego un análisis de los datos y por último las discusión de los mismos.

Desde su experiencia y perspectiva profesional, ¿De qué manera considera que el trabajo social contribuye a la construcción de un futuro inclusivo y sostenible mediante su papel en la conservación cultural? ¿Podría compartir algún ejemplo o experiencia en la que haya visto el potencial de una intervención social en la conservación cultural dentro de una comunidad?

En mi experiencia, el trabajo social es fundamental para promover un futuro inclusivo y sostenible a través de la conservación cultural. Trabajé en un proyecto donde facilitamos talleres de cocina tradicional en una comunidad indígena. Esto no solo preservó sus prácticas culinarias únicas, sino que también revitalizó su economía local al fomentar el turismo gastronómico. Esta integración fortaleció su identidad cultural y promovió prácticas sostenibles que benefician tanto a la comunidad como al medio ambiente."

Trabajador social No. 1

Desde mi perspectiva, el trabajo social desempeña un rol clave en la construcción de un futuro inclusivo y sostenible al empoderar a las comunidades para que sean agentes activos en la conservación de su patrimonio cultural. En un proyecto reciente, colaboré con una comunidad urbana para crear murales artísticos que representaran su historia y tradiciones. Este proceso no solo mejoró la cohesión social, sino que también atrajo visitantes interesados en aprender sobre la cultura local, generando ingresos adicionales y promoviendo la sostenibilidad económica."

Trabajador social No. 2

El trabajo social puede contribuir significativamente a un futuro inclusivo y sostenible al trabajar directamente con comunidades para preservar su patrimonio cultural. Por ejemplo, en mi experiencia, implementé un programa de educación ambiental y cultural en una zona rural. Esto no solo protegió sus recursos naturales, sino que también fortaleció su identidad cultural al enseñar a los jóvenes sobre sus tradiciones ancestrales. Esta conexión con la tierra y

la cultura promueve un desarrollo sostenible que respeta y valora la diversidad cultural.

Trabajador social No. 3

En mi trayectoria, he visto cómo el trabajo social puede facilitar la conservación cultural al promover la inclusión y el respeto por la diversidad. Trabajé en un proyecto donde colaboramos con una comunidad étnica minoritaria para documentar y transmitir sus conocimientos tradicionales de agricultura sostenible. Esto no solo preservó su herencia cultural, sino que también fortaleció su autonomía económica y mejoró su capacidad para enfrentar los desafíos ambientales actuales

Trabajador social No. 4

Desde su punto de vista, ¿cuáles son las principales barreras o desafíos que enfrentan los trabajadores sociales al intentar integrar prácticas de conservación cultural en su labor diaria?

Una de las principales barreras que enfrentamos es la falta de recursos financieros y de apoyo institucional para proyectos a largo plazo de conservación cultural. También enfrentamos la resistencia de algunas comunidades que pueden percibir nuestras iniciativas como intrusivas o que interfieren con sus prioridades locales."

Trabajador social No. 1

"Desde mi experiencia, las barreras más significativas incluyen la falta de capacitación especializada en conservación cultural dentro del campo del trabajo social, así como la falta de tiempo y recursos adecuados para involucrar de manera efectiva a las comunidades en la planificación y ejecución de proyectos."

Trabajador social No. 2

"Uno de los desafíos más grandes es la falta de colaboración efectiva entre diferentes sectores y disciplinas, lo cual es crucial para integrar prácticas de conservación cultural de manera holística. Además, la falta de conciencia pública sobre la importancia de preservar el patrimonio cultural puede dificultar nuestros esfuerzos para obtener el apoyo necesario."

Trabajador social No. 3

"En mi opinión, las principales barreras son la falta de financiamiento sostenible para proyectos a largo plazo, así como la necesidad de superar las

barreras lingüísticas y culturales al trabajar con comunidades diversas. Además, la falta de datos y evidencia empírica sobre los impactos positivos de la conservación cultural puede dificultar la obtención de financiamiento y apoyo continuo

Trabajador social No. 4

Análisis e interpretación

1. Desde su experiencia y perspectiva profesional, ¿De qué manera considera que el trabajo social contribuye a la construcción de un futuro inclusivo y sostenible mediante su papel en la conservación cultural? ¿Podría compartir algún ejemplo o experiencia en la que haya visto el potencial de una intervención social en la conservación cultural dentro de una comunidad?

Los trabajadores sociales desempeñan un papel crucial en la conservación cultural al promover la preservación de tradiciones y prácticas dentro de comunidades diversas. Además, fomentan la equidad al asegurar el acceso igualitario a recursos y servicios para todos los grupos, incluidas las comunidades marginadas que son guardianes de la cultura.

Contribuyen a un futuro sostenible al educar sobre prácticas responsables de gestión de recursos, integrando métodos tradicionales con técnicas modernas sostenibles. Esto no solo protege el entorno natural, sino que también fortalece las bases culturales sobre las que se sustentan estas prácticas. Al integrar la conservación cultural con la equidad y la sostenibilidad, los trabajadores sociales están moldeando un futuro inclusivo, donde todas las voces y perspectivas son valoradas en el desarrollo de políticas y programas. Su labor es fundamental para construir sociedades resilientes y culturalmente ricas, capaces de enfrentar desafíos globales mientras preservan las herencias culturales únicas de cada comunidad.

2. Desde su punto de vista, ¿cuáles son las principales barreras o desafíos que enfrentan los trabajadores sociales al intentar integrar prácticas de conservación cultural en su labor diaria?

Los trabajadores sociales encuentran desafíos significativos al intentar incorporar prácticas de conservación cultural en su quehacer diario. Estos desafíos comprenden la escasez de recursos financieros y el apoyo institucional limitado, lo cual dificulta la implementación efectiva de iniciativas. Además, enfrentan la resistencia de algunas comunidades locales que pueden percibir estas intervenciones como intrusivas o insensibles a sus necesidades inme-

diatas. La falta de capacitación especializada en métodos de conservación cultural también representa un obstáculo importante, ya que limita la habilidad de los trabajadores sociales para adaptar estrategias adecuadas a contextos específicos. A esto se suma la presión del tiempo, que a menudo impide una participación comunitaria profunda y significativa en los proyectos. Superar estas barreras requiere no solo un compromiso renovado con la formación continua y el desarrollo de habilidades específicas, sino también un enfoque más colaborativo y sensible hacia las dinámicas culturales locales. Solo así los trabajadores sociales podrán fortalecer su capacidad para promover la conservación cultural de manera inclusiva y efectiva en comunidades diversas.

Discusión

Cada autor aporta una perspectiva valiosa sobre el papel del trabajo social en la conservación cultural. Estos estudios confirman que el trabajo social es fundamental para construir un futuro inclusivo y sostenible a través de la conservación cultural. Los trabajadores sociales facilitan la participación comunitaria, promueven la equidad y contribuyen al desarrollo sostenible al integrar la cultura en sus intervenciones. No obstante, superar las barreras financieras, institucionales y de participación es crucial para maximizar el impacto de estas iniciativas. Abordar estos desafíos permitirá fortalecer la capacidad del trabajo social para promover una conservación cultural efectiva y un desarrollo que respete la diversidad cultural global.

Marchioni (2020), destaca que el papel del trabajador social también se basa en ayudar a la comunidad a comprender los problemas sociales que existen, a través de un diagnóstico social, y el empleo adecuado de los recursos de los que disponen para exponer distintas alternativas de solución a fin de mejorar el bienestar social y la calidad de vida de toda la comunidad.

Aguilar (2024), enfatiza que el trabajo social desempeña un papel crucial en la cultura de una sociedad. Sobre todo, en la actualidad donde la globalización afecta a las culturas, es así que resulta beneficioso el accionar del profesional en trabajo social en la preservación de la diversidad cultural en todas las áreas de la sociedad. El respeto y el desarrollo de la identidad y la cultura de cada uno de los individuos que conforman una comunidad son un punto clave para alcanzar una sana convivencia, los profesionales en trabajo social como parte de su práctica cotidiana, poseen conocimientos científicos necesarios para intervenir con éxito lo que aquello demanda. Esto apunta a que las acciones de aquellos profesionales no solo facilitan la promoción de la convivencia interétnica sino también contribuyen al desarrollo humano en una sociedad.

Mientras que la Federación Internacional de Trabajadores Sociales (2021), agrega que los trabajadores sociales, al hablar de "desarrollo" no solo se centra en la parte económica de una comunidad, sino más bien concibe al desarrollo como un proceso de cambio dinámico e inclusivo, ya sea dentro de una persona, grupo o comunidad que busca el bien tanto para los individuos como para el planeta en sí. Es por ello que, los trabajadores sociales consideran varias teorías, como el enfoque de capacidades, el cual toma en cuenta fundamentos históricos, ambientales incluyendo los culturales mismos que forman parte de una sociedad. La idea es construir juntos un nuevo conocimiento sobre soluciones que sean sostenibles y que posteriormente bajo una correcta gestión se logren implementar. Recordando que aquel profesional orienta a la búsqueda de medios que permitan alcanzar sus propios fines, expresando diversos puntos de vista basados en teorías, pero en ningún momento puede pretender llegar a imponerlos. Sin embargo, su papel de guía no le permite dejar hacer, sino que le exige tomar la iniciativa de acercamiento a una comunidad, aunque esta no haya pedido ayuda. Convirtiéndolo en un gran desafío y dificultando su tarea, sobre todo en aquellas comunidades que presentan actitudes de indiferencia y desorganización y poca participación (Federación Internacional de Trabajadores Sociales, 2021).

Es así que la existencia de la diversidad social y cultural se convierte en un potencial para que el Trabajo Social no solo genere nuevas soluciones para los problemas a los que se enfrenta, sino también permite generar y posibilita cambios profesionales y personales. Teniendo en cuenta que, la diversidad cultural actualmente juega un papel crucial, que hace que el trabajador social promueva a través de su accionar, el respeto por las diferentes culturas. Además de generar un clima de confianza y empatía, que garantiza una buena comunicación y apoyo.

Conclusiones

En conclusión, el trabajo social emerge como un agente clave en la conservación cultural y la promoción de un futuro inclusivo y sostenible. Facilita la preservación de tradiciones y prácticas culturales al mismo tiempo que promueve la equidad y el acceso igualitario a recursos y servicios para todas las comunidades, especialmente aquellas marginadas.

El trabajo social desempeña un papel fundamental en la construcción de un futuro inclusivo y sostenible al integrar la conservación cultural con la equidad y la sostenibilidad. Al promover la preservación de tradiciones y prácticas culturales dentro de comunidades diversas, los trabajadores sociales asegu-

ran el acceso igualitario a recursos y servicios. Un ejemplo destacado es el enfoque educativo sobre prácticas responsables de gestión de recursos. Esto no solo protege el entorno natural, sino que también fortalece las bases culturales de estas prácticas, moldeando sociedades resilientes y culturalmente ricas capaces de enfrentar desafíos globales.

Los trabajadores sociales enfrentan diversas barreras al intentar integrar prácticas de conservación cultural en su trabajo diario. Entre estas se encuentran la escasez de recursos financieros y el apoyo institucional limitado, lo cual dificulta la implementación efectiva de iniciativas. Además, enfrentan resistencia por parte de algunas comunidades locales que pueden percibir estas intervenciones como intrusivas o insensibles a sus necesidades inmediatas.

Referencias Bibliográficas

- Aguilar, E., Reyes, K., Ordoñez, O., & Calle, M. (2018). Uso y valoración de los recursos naturales y su incidencia en el desarrollo turístico: Caso Casacay, cantón Pasaje, El Oro-Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(1), 80-88. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2018000100080>
- Carvache, M., Carvache, W., Macas, C., y Orden, M. (2018). Motivaciones, Valoración y Satisfacción del Turista en un destino de Sol y Playa de Ecuador. *Revista ESPACIOS*, 39(13). doi:<https://www.revistaespacios.com/a18v39n13/a18v39n13p04.pdf>
- Casanova, L., Guerrero, T., & Benítez, J. (2022). Evaluación de las potencialidades turísticas de la parroquia rural Seis de Julio de Cuellaje. *Siembra*, 9(1), 1-12. doi:<https://doi.org/10.29166/siembra.v9i1.3420>

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo X

Estrategias de marketing en el
posicionamiento de Olón en el
mercado turístico

AUTORES: Juan Gabriel Rosero Alcivar; Ronald Balón Baque



SABEREC 5.0

Resumen

El estudio realizado en Olón entre noviembre de 2021 y septiembre de 2023 tuvo como objetivo principal mejorar la visibilidad y competitividad de la comuna como destino turístico mediante la implementación de estrategias de marketing tradicionales y digital enfocadas en estudio de mercado, análisis de la competencia y diseño de productos turísticos que satisfagan una necesidad a más de SEO, SEM, análisis de redes sociales, contenido multimedia y analítica web. La metodología empleada combinó técnicas cuantitativas y cualitativas, incluyendo encuestas a turistas, análisis de tráfico web y seguimiento de interacciones en redes sociales. Esta aproximación multidisciplinaria permitió recoger datos exhaustivos sobre las preferencias y comportamientos de los visitantes, así como evaluar la eficacia de distintos contenidos y campañas de promoción digital. Los principales hallazgos revelaron que el potencial turístico de Olón identificado como propuesta de valor, puede hacer destacar su oferta en el mercado; no obstante, la competencia que representan destinos circundantes también atrae a la demanda potencial, por lo que es importante el diseño de facilidades que satisfagan la necesidad del turista de una manera más óptima de lo que lo hace la competencia. Asimismo, la optimización SEO y las campañas de SEM aumentarían significativamente la visibilidad de Olón en motores de búsqueda, atrayendo un mayor número de consultas y visitas. El análisis de redes sociales indicó que los contenidos visuales atractivos y las interacciones auténticas con los usuarios generaban mayor engagement y conversión de interesados en visitantes reales. Finalmente, la analítica web permitió identificar y segmentar eficazmente al público objetivo, resultando en campañas más personalizadas y efectivas. Estos resultados han puesto de manifiesto la importancia de una estrategia de marketing digital bien coordinada para el éxito turístico de la comuna.

Palabras clave: marketing turístico, marketing digital, posicionamiento en el mercado, propuesta de valor.

Abstract

The study conducted in Olón from November 2021 to September 2023 aimed to enhance the visibility and competitiveness of the commune as a tourist destination through the implementation of digital strategies focused on SEO, SEM, social media analytics, multimedia content, and web analytics. The methodology combined quantitative and qualitative techniques, including surveys of tourists, web traffic analysis, and monitoring of social media interactions. This multidisciplinary approach allowed for the collection of comprehensive data

on visitor preferences and behaviors, as well as the evaluation of the effectiveness of various content and digital promotion campaigns. The main findings revealed that SEO optimization and SEM campaigns significantly increased Olón's visibility in search engines, attracting a higher number of queries and visits. Social media analysis showed that engaging visual content and genuine interactions with users generated higher engagement and converted more prospects into actual visitors. Lastly, web analytics effectively identified and segmented the target audience, resulting in more personalized and effective campaigns. These results have highlighted the importance of a well-coordinated digital marketing strategy for the touristic success of the commune.

Keywords: Tourism marketing, digital marketing, market positioning, value proposition.

Introducción

El turismo es un componente crucial de las economías globales y prospera en aquellos países que evolucionan constantemente en sus servicios para satisfacer las demandas cambiantes de los turistas. Ecuador, como un país megadiverso con cuatro regiones distintas - Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos - ofrece atractivos naturales y culturales excepcionales que han captado la atención internacional, resultando en múltiples reconocimientos. Estos reconocimientos han impulsado el interés turístico, contribuyendo significativamente a la economía y mejorando la calidad de vida de los ecuatorianos.

Entre noviembre de 2021 y septiembre de 2023, se llevó a cabo en Olón un exhaustivo proyecto de investigación enfocado en la optimización de su oferta turística, teniendo en cuenta variables clave como Análisis de la situación actual, estudio de mercado, estrategias de marketing tradicional y digital como SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), análisis de redes sociales, contenido multimedia, y analítica web. Durante este periodo, se recogieron y analizaron datos detallados sobre las preferencias y comportamientos de los visitantes, con el fin de desarrollar estrategias de marketing más efectivas y mejorar la infraestructura turística local. Este estudio incluyó encuestas, análisis de tráfico web y evaluaciones de satisfacción de los turistas. Los resultados obtenidos han proporcionado una base sólida para transformar Olón en un destino más atractivo y competitivo, permitiendo a la comuna adaptarse a las tendencias del mercado y a las necesidades específicas de diversos grupos de turistas.

En la región costera de Ecuador se encuentra la provincia de Santa Elena, dividida en tres cantones: Salinas, La Libertad y Santa Elena. Estos cantones

poseen diversos recursos naturales y culturales, y el turismo es una de las principales fuentes de ingresos para las comunidades locales, lo que impulsa una constante innovación en la oferta turística.

La comunidad de Olón, ubicada al norte de la provincia de Santa Elena, aspira a consolidarse como un destino turístico destacado, ofreciendo servicios explícitos y atractivos para su demanda. Este esfuerzo busca involucrar directamente a los residentes locales en todas las actividades desarrolladas en la zona. En este contexto, el presente estudio tiene como objetivo principal elaborar un diagnóstico situacional para diseñar un plan de marketing turístico que sirva como base para las líneas de acción y promoción del destino. Dado que la localidad presenta una promoción limitada según estudios previos, este plan incluirá estrategias digitales que fomenten el desarrollo turístico de la comunidad, proporcionando una experiencia personalizada a turistas nacionales e internacionales. El turismo es un componente crucial de las economías globales y prospera en aquellos países que evolucionan constantemente en sus servicios para satisfacer las demandas cambiantes de los turistas. Ecuador, como un país megadiverso con cuatro regiones distintas - Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos - ofrece atractivos naturales y culturales excepcionales que han captado la atención internacional, resultando en múltiples reconocimientos. Estos reconocimientos han impulsado el interés turístico, contribuyendo significativamente a la economía y mejorando la calidad de vida de los ecuatorianos. Sin embargo, muchas localidades, como Olón en la provincia de Santa Elena, aún enfrentan desafíos en términos de promoción y desarrollo turístico integral.

Estos cantones poseen diversos recursos naturales y culturales, y el turismo es una de las principales fuentes de ingresos para las comunidades locales, lo que impulsa una constante innovación en la oferta turística. La comunidad de Olón, ubicada al norte de la provincia de Santa Elena, aspira a consolidarse como un destino turístico destacado, ofreciendo servicios explícitos y atractivos para su demanda. Este esfuerzo busca involucrar directamente a los residentes locales en todas las actividades desarrolladas en la zona.

El objetivo principal de este estudio es elaborar un diagnóstico situacional para diseñar un plan de marketing turístico que sirva como base para las líneas de acción y promoción del destino. Este plan es esencial, ya que la localidad presenta una promoción limitada según estudios previos. Al implementar estrategias digitales y tradicionales, se espera fomentar el desarrollo turístico de la comunidad, proporcionando una experiencia personalizada a turistas

nacionales e internacionales y, en última instancia, mejorando la economía local y la calidad de vida de sus habitantes.

Así entonces se desprenden las siguientes preguntas de investigación ¿Cómo influyen las estrategias de SEO y SEM en la visibilidad en línea de Olón como destino turístico?

¿De qué manera las redes sociales y el contenido multimedia afectan la percepción y la decisión de los turistas de visitar Olón?

¿Qué características de Olón son más atractivas para los diferentes segmentos de mercado identificados a través de la analítica web?

¿Cuál es el papel de la información accesible y relevante en la promoción del turismo en Olón frente a otros destinos similares?

¿Cómo pueden las tendencias de estancia corta identificadas en Olón ser aprovechadas para diseñar ofertas turísticas más efectivas?

Metodología

La presente investigación se llevó a cabo en la Comuna Olón, perteneciente a la Parroquia Manglaralto de la Provincia de Santa Elena. Se realizó trabajo de campo, en complementariedad con herramientas digitales.

Metodo Bibliográfico

Según Maya (2019), el método bibliográfico permite explorar distintos documentos relacionados con el tema seleccionado, obteniendo información de fuentes nacionales e internacionales. Este método ayuda a ampliar el conocimiento sobre el tema y a almacenar información mediante un análisis metódico de diversos documentos. En esta investigación, se analizaron fuentes documentales y webs oficiales para fundamentar los criterios del estudio y diagnosticar la situación turística de la comunidad de Olón.

Metodo Estadístico

De acuerdo con Ciro (2019), el método estadístico interpreta los datos obtenidos mediante el uso de una muestra, organizando y describiendo la información numéricamente. Este método se utilizó para sistematizar los datos de las encuestas, generando gráficos estadísticos y tablas de contenido que permiten presentar el estudio de mercado de manera clara.

Metodo Descriptivo

Abreu (2019), señala que el método descriptivo indaga en los conocimientos adquiridos mediante observación directa y análisis de información de otros

autores, interpretando la información recolectada. Este método contribuyó al análisis y descripción de toda la información recolectada durante el trabajo de campo, presentando los resultados de manera organizada y precisa sobre los atractivos turísticos y la situación de la comunidad de Olón.

Técnicas

Trabajo de Campo

Soto y Durán (2019) indican que el trabajo de campo implica la observación directa de grupos y estilos de vida dentro de una sociedad, determinando la situación real. Al visitar la comunidad de Olón, se constató la información, se conoció la situación actual de los atractivos y se completó el levantamiento de datos para desarrollar la encuesta.

Encuesta

Se diseñó un formulario de preguntas para realizar un estudio de mercado, dirigido a los turistas que visitan la comunidad de Olón en la parroquia Manglaralto. Esta encuesta es crucial para el diseño del plan de marketing.

Herramientas

Para recabar información pertinente a la investigación, se utilizó la observación y el análisis documental. En el caso de la observación se utilizó la ficha de inventario, con el propósito de identificar los atractivos turísticos, mismos que se posicionan como la principal propuesta de valor de Olón. En el caso del análisis documental, se recabó información concerniente al estado actual de la situación en cuanto a la promoción y atractivos de esta Comuna.

Ficha de Inventario

Según el Ministerio de Turismo (2018), la ficha de inventario es un registro que permite obtener información sobre los atributos de los atractivos turísticos, registrándola de manera ordenada para contribuir a la planificación de los destinos. Esta ficha se utilizó para recolectar información sobre los atractivos turísticos de Olón, registrando sus características, sean estas naturales o culturales.

De acuerdo con la Empresa Municipal de Turismo de Santa Elena (EMU-TURISMO), en 2015 se recibieron 202.250 visitantes en los destinos de Montañita, Salinas y Olón, de los cuales 49.250 visitaron la comunidad de Olón (Yumisaca y otros, 2019). Esta población sirve como base para el análisis y la planificación del plan de marketing turístico.

Tabla 20.

Variables, Conceptos y Referencias Bibliográficas.

Categoría	Descripción	Referencias Bibliográficas
Variables de Marketing Digital		
SEO (Search Engine Optimization)	Técnicas para mejorar la posición en motores de búsqueda.	Da Silva, 2021
SEM (Search Engine Marketing)	Actividades de marketing en motores de búsqueda.	Da Silva, 2021
Variables de Redes Sociales y Contenido Multimedia		
Plataformas de Redes Sociales	Uso de Instagram, Facebook, etc., para promoción visual.	Tuten y Solomon, 2019
Contenido Multimedia	Imágenes y videos que muestran la belleza de Olón.	Tuten y Solomon, 2019
Variables de Análisis Web		
Análítica Web	Análisis de interacciones online para entender intereses.	Armstrong y Kotler, 2019
Conceptos de Marketing y Segmentación		
Segmentación de Mercado	Dividir el mercado en grupos según características.	Armstrong y Kotler, 2019
Personalización en Campañas de Marketing	Adaptar campañas a necesidades de segmentos específicos.	Armstrong y Kotler, 2019
Variables de Comportamiento del Visitante y Demográficas		
Preferencias de Información	Medios por los cuales los turistas se informan sobre Olón.	Godin, 2019
Duración de la Estancia	Tiempo que los visitantes pasan en Olón.	González, López y Rodríguez, 2018
Variables Económicas		
Gasto Turístico	Rango de gasto de los visitantes en Olón.	Ferrer, 2021

La investigación sobre la competitividad turística de Olón se apoya en diversas bases teóricas clave para comprender el impacto de las estrategias digitales en el turismo. Primero, se exploró la teoría de marketing digital, que enfatiza la importancia de SEO (Search Engine Optimization) y SEM (Search Engine Marketing) como herramientas esenciales para mejorar la visibilidad

y el posicionamiento en línea de un destino (Chaffey y Ellis-Chadwick, 2019). Además, se incorporó la teoría del comportamiento del consumidor para analizar cómo los turistas seleccionan destinos basados en la información encontrada en plataformas digitales (Solomon, 2019).

En relación con las redes sociales y el contenido multimedia, se consideró la teoría de la comunicación visual, que sugiere que las imágenes y videos atractivos pueden influir significativamente en las decisiones de los viajeros (Messerli, 2018).

Finalmente, se aplicaron conceptos de analítica web para entender mejor la interacción de los usuarios con el contenido en línea y optimizar las campañas de marketing, basándose en los estudios de Kaushik (2019) sobre la analítica en tiempo real y su impacto en la toma de decisiones estratégicas en marketing. Estas bases teóricas proporcionaron un marco sólido para evaluar y mejorar la estrategia turística de Olón.

Resultados

La comuna Olón, situada en la ruta de Spondylus, ofrece un acceso conveniente a través de una carretera asfaltada y un servicio de transporte eficiente proporcionado por tres cooperativas locales. La infraestructura de telecomunicaciones es adecuada, con disponibilidad de servicios de telefonía celular y convencional, así como acceso a internet móvil e inalámbrico. Sin embargo, a pesar de contar con suministro eléctrico constante y agua potable, la comunidad enfrenta desafíos significativos debido al desabastecimiento ocasional de agua y la falta de un sistema de alcantarillado adecuado. Esta situación limita el potencial turístico de Olón, pues, como señala Inskeep (1991), la infraestructura básica es esencial para el desarrollo turístico sostenible y para proporcionar una experiencia satisfactoria a los visitantes.

En comparación con otros destinos similares, Olón muestra una carencia en la planificación y gestión de sus recursos hídricos y sanitarios. Estudios realizados por el Ministerio de Turismo de Ecuador (2018) destacan que el éxito de destinos emergentes en la región se basa en la mejora continua de la infraestructura y los servicios básicos, para atraer y retener a los turistas. Por lo tanto, la mejora de la infraestructura en Olón es crucial para su desarrollo turístico y económico, alineándose con las recomendaciones de la literatura que subrayan la importancia de la infraestructura en la competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos (Inskeep, 1991; Ministerio de Turismo de Ecuador, 2018).

En la actualidad, los atractivos turísticos de ciudades históricas están experimentando una notable transformación en su gestión y percepción por parte de los visitantes. Un estudio reciente señala que el 60% de los turistas prefieren experiencias que incluyan una inmersión cultural profunda, buscando no solo visitar monumentos sino también entender el contexto y las tradiciones locales (García, 2023). Esto coincide con la tendencia observada por Smith y Colgate (2021), quienes reportaron un creciente interés por turismo cultural auténtico y experiencias más enriquecedoras en términos de contacto humano y aprendizaje cultural. Estos hallazgos sugieren una evolución en las preferencias del turista moderno, que busca no solo descanso y recreación, sino también un enriquecimiento personal y cultural durante sus viajes.

La comuna de Olón, ubicada en un enclave privilegiado para el turismo por su belleza natural y riqueza cultural, ofrece una variedad de servicios que buscan satisfacer las necesidades de los visitantes nacionales e internacionales. En cuanto a la oferta gastronómica, Olón se destaca por sus 32 cabañas gastronómicas ubicadas en áreas cercanas a la playa, ofreciendo no solo comidas típicas y tradicionales en 8 comedores comunitarios, sino también opciones a la carta y una variedad de bebidas alcohólicas y cócteles en sus 4 kioscos. Este amplio abanico de opciones culinarias resalta la riqueza de la cocina local y proporciona a los turistas una auténtica experiencia gastronómica en un entorno natural excepcional.

Además, Olón facilita otros servicios esenciales para el disfrute completo de la zona, como alquiler de carpas y parasoles, baños públicos, y agencias que ofrecen tours locales. La presencia de bazares, tiendas, puntos de servicio Western Union y tiendas de artesanías enriquece aún más la experiencia turística, permitiendo a los visitantes llevarse consigo no solo recuerdos, sino también productos locales auténticos. Esta combinación de servicios accesibles y de calidad posiciona a Olón como un destino turístico competitivo y atractivo, capaz de proporcionar una experiencia integral y satisfactoria para un amplio espectro de turistas (García et al., 2019).

La comuna de Olón ofrece una gama integral de servicios turísticos que son clave para su desarrollo y atractivo como destino turístico. Cuenta con un significativo número de establecimientos de hospedaje, incluyendo hostales, hoteles y hosterías, que están estratégicamente distribuidos para satisfacer las necesidades de diferentes segmentos de visitantes. Este enfoque en la diversificación del alojamiento es similar a lo observado en otras comunidades turísticas costeras en Latinoamérica, donde la variedad en opciones de hospedaje contribuye a un mayor flujo turístico y satisfacción del visitante (García et al., 2019).

Además, la amplia oferta gastronómica en Olón, que incluye desde cañas en la playa hasta comedores que sirven comidas típicas, refleja una estrategia de desarrollo turístico que enfatiza la autenticidad y la experiencia cultural, un enfoque apoyado por estudios como los de Hernández et al. (2018), que sugieren que la gastronomía local es un componente crucial para la atracción turística. Olón también complementa su oferta con servicios adicionales como alquiler de equipamiento para la playa y tours locales, lo que es consistente con las tendencias en destinos similares que buscan proporcionar una experiencia integral (Martínez y Rodríguez, 2020). La combinación de estos servicios no solo mejora la experiencia del turista, sino que también fortalece la economía local y promueve un turismo sostenible.

La demanda turística en la comuna de Olón muestra patrones estacionales significativos que impactan tanto en la economía local como en la planificación de servicios turísticos. La principal temporada alta se extiende de diciembre a abril, coincidiendo con la llegada de turistas principalmente de Guayaquil, que buscan un ambiente más tranquilo comparado con áreas cercanas como Montañita. Este patrón es indicativo de la búsqueda de un refugio sereno por parte de los visitantes después de disfrutar de ambientes más festivos. Además, se observa un crecimiento en la afluencia de turistas extranjeros, atraídos por la paz y la naturaleza del lugar, lo que sugiere una diversificación en el origen de los visitantes que podría ser explotado para expandir aún más el turismo en la zona.

El análisis de la temporada baja, con un incremento de visitas en agosto y septiembre, proviene principalmente de turistas de la región sierra, que generalmente viajan en familia. Este fenómeno indica la necesidad de adaptar las ofertas turísticas para atender a diferentes tipos de turistas según la temporada.

En cuanto a la comunidad receptora, la mayoría de los habitantes posee un nivel de educación secundaria, pero muestra una gran disposición para capacitarse en la atención turística. Este factor es crucial, ya que la calidad del servicio al cliente es un componente fundamental para la satisfacción del turista y el retorno a la comuna. La hospitalidad natural y la amabilidad de los residentes, como se describe en la literatura, son atributos valiosos que pueden ser mejor aprovechados mediante programas de formación continua que potencien sus habilidades y conocimientos específicos para el turismo (Richards, 2018). Así, integrar a la comunidad en el desarrollo turístico no solo mejora la calidad de la experiencia turística, sino que también promueve el crecimiento económico local sostenible.

La marcada estacionalidad en la afluencia de visitantes, con picos entre diciembre y abril, período que atrae principalmente a turistas de Guayaquil en busca de tranquilidad tras visitar lugares más concurridos como Montañita. Esta tendencia está alineada con lo observado en otros destinos costeros donde la proximidad a centros urbanos grandes incrementa la visitación en periodos vacacionales específicos (Smith, 2020). El incremento en el número de turistas extranjeros refleja una diversificación del mercado turístico que puede ser vital para la estabilidad económica de la comuna fuera de la temporada alta, una estrategia que ha mostrado éxito en regiones similares en América Latina (García, 2019).

Por otro lado, los meses de agosto y septiembre ven un aumento en la llegada de turistas de la región sierra, principalmente familias, lo que sugiere una segunda temporada menor que podría ser mejor explotada con ofertas específicas para este grupo demográfico, como actividades familiares o paquetes de estancia prolongada, prácticas que han beneficiado a comunidades similares en Ecuador (López y Martínez, 2019).

La capacidad y disposición de la comunidad local para involucrarse en capacitaciones para mejorar la atención al turista es un recurso que podría ser más explotado, dado que la formación en habilidades de servicio puede mejorar significativamente la experiencia del turista y fomentar una imagen positiva del destino (Hughes y Ballantyne, 2021).

La competitividad turística de la comuna Olón frente a sus comunidades vecinas, particularmente Montañita, revela un interesante contraste en términos de oferta turística y estrategias de mercado. Montañita es conocida por su ambiente festivo y sus actividades relacionadas con el surf, posicionándose como un destino principal para turistas en busca de diversión y aventura. En comparación, Olón ofrece una atmósfera más tranquila y relajada, que podría atraer a un segmento diferente de turistas, interesados en un escape más sereno y en contacto con la naturaleza (Pérez, 2018).

Finalmente, la ubicación y las facilidades de acceso, o "plaza", también juegan un papel crucial. Mientras Montañita se beneficia de su centralidad y accesibilidad con agencias de tour promocionando activamente excursiones locales, Olón podría necesitar fortalecer su infraestructura de acceso y señalización para asegurarse de que es fácilmente accesible y atractiva para los turistas que buscan una experiencia más relajada y enfocada en la naturaleza.

La competitividad de la comuna Olón en comparación con Montañita destaca diferentes enfoques en sus productos turísticos y estrategias de merca-

do, lo que es crucial para entender sus respectivas ventajas y limitaciones. Montañaíta es ampliamente reconocida como un destino vibrante, orientado principalmente al surf y la vida nocturna, lo cual es apoyado por su diversificada oferta en gastronomía y alojamiento, que varía significativamente en precio (Pérez, 2018).

Olón podría beneficiarse de aumentar su presencia en plataformas digitales y redes sociales para atraer a turistas que prefieren un entorno más relajado. Además, las infraestructuras de ambas localidades juegan un papel crucial; mientras que Montañaíta ha desarrollado una robusta infraestructura para turismo de aventura y eventos, Olón necesitaría fortalecer su accesibilidad y servicios para competir eficazmente en el mercado turístico.

Esta diferencia en posicionamiento y estrategia subraya la importancia de que Olón desarrolle un enfoque más estratégico, potenciando sus atributos únicos y fortaleciendo su presencia en el mercado para captar a aquellos turistas que buscan escapadas tranquilas y sostenibles.

Basándose en los datos recogidos de la comuna de Olón, se observa una diversidad en el perfil demográfico y preferencias de los visitantes que pueden ser esenciales para diseñar estrategias de marketing dirigidas y eficaces. Según la encuesta realizada, el 46% de los turistas son hombres y un 40% son mujeres, con un notable 13% que se identifica como LGBTI, indicando una importante diversidad de género entre los visitantes (Balón, Ronald). Este aspecto de diversidad puede ser crucial para planificar acciones de marketing inclusivo, algo que Da Silva (2021) subraya al afirmar la importancia de comprender las variadas necesidades y expectativas de los distintos segmentos de mercado para la aceptación de productos o servicios. Además, el predominio de los visitantes en grupos de amigos (38%) y la alta frecuencia de visitas mensuales (43%) revelan una tendencia hacia el turismo recreativo y social, lo que sugiere que estrategias de promoción que enfatizen experiencias grupales y eventos regulares podrían ser particularmente atractivas para este mercado (Ferrer, 2021). Asimismo, el dato de que el 60% de los turistas visitan Olón por vacaciones y que un 29% lo hace por ocio, refuerza la idea de que estrategias orientadas hacia el entretenimiento y el descanso activo podrían resonar bien con este público (Balón, Ronald). Estos hallazgos proporcionan una base sólida para una segmentación de mercado efectiva y estrategias de marketing adaptadas, resaltando la importancia de un enfoque personalizado y centrado en el cliente, como lo discuten Armstrong y Kotler (2013).

La estadía de los turistas en la comuna de Olón muestra una preferencia marcada por períodos cortos, con un 60% de los visitantes permaneciendo entre 2 a 3 días y un 30% solo por un día, mientras que un 10% opta por estancias más prolongadas de más de 4 días. Esta distribución sugiere una dinámica de turismo mayoritariamente de fin de semana o escapadas cortas, fenómeno que es consistente con tendencias observadas en otros destinos similares donde la proximidad a grandes centros urbanos o la facilidad de acceso determinan la duración de la visita (González, López y Rodríguez, 2018). La relevancia de adaptar los servicios turísticos a estas estancias breves es crucial, dado que, como señalan Yumisaca, Mendoza, y Villón (2019), los destinos que no se adaptan a las tendencias y comportamientos emergentes tienden a perder atractivo y competitividad.

En cuanto al transporte, es notable que igual proporción de turistas (47%) opte por el bus y el transporte propio, lo que refleja una dualidad en el acceso a la comuna que podría ser indicativo de una diversa procedencia geográfica de los visitantes. Estos modos de transporte predominantes ofrecen perspectivas para mejorar las infraestructuras y servicios relacionados, tales como mejoras en las rutas de acceso o la oferta de estacionamientos y facilidades en puntos estratégicos (Martínez y Serra, 2019).

El uso predominante de redes sociales y televisión como medios para informarse sobre Olón (44% y 42% respectivamente) resalta la importancia de los canales digitales y tradicionales en la promoción turística. Esta dualidad en las preferencias informativas sugiere una audiencia diversa en términos de edad y hábitos de consumo de medios, lo cual requiere una estrategia de marketing multifacética que integre tanto plataformas digitales como promociones tradicionales para maximizar el alcance (Godin, 2019).

Finalmente, la concentración del gasto turístico en el rango de \$100 a \$200 por 62% de los visitantes resalta un mercado potencialmente lucrativo para servicios y productos de valor añadido. El desarrollo de paquetes y ofertas que alineen con este nivel de gasto podría optimizar los ingresos y la satisfacción del cliente, adecuándose a las expectativas y capacidad de gasto del segmento mayoritario (Ferrer, 2021b).

Las estrategias de marketing digital para la promoción turística de la comuna de Olón, abarcan un conjunto integral de técnicas que van desde el SEO hasta el uso efectivo de multimedia. El SEO, reconocido por su capacidad para mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda mediante palabras clave (Chaffey y Ellis-Chadwick, 2019), es fundamental en

el sector turístico, donde la visibilidad en búsquedas relacionadas es crucial para atraer visitantes. Paralelamente, el SEM, que incluye publicidad pagada, complementa al SEO al garantizar la presencia inmediata en las búsquedas, una estrategia respaldada por la literatura por su efectividad en alcanzar rápidamente a la audiencia objetivo (Ryan y Jones, 2019). Las redes sociales y el contenido multimedia también juegan un papel decisivo, al permitir una interacción directa y dinámica con potenciales turistas, estrategia que se ha demostrado aumenta el engagement y la conversión (Tuten y Solomon, 2019). Además, la analítica web y el seguimiento continuo son esenciales para entender el comportamiento del usuario y optimizar las campañas, una práctica respaldada por Kumar y Petersen (2019), quienes destacan cómo la data de analítica web puede utilizarse para mejorar la toma de decisiones y personalizar la oferta turística. Implementar estas estrategias en conjunto puede maximizar la visibilidad online de Olón, atrayendo a un mayor número de visitantes y fomentando el desarrollo económico local.

Para la comuna de Olón, las estrategias de marketing digital descritas previamente no solo son aplicables sino esenciales, considerando el rol crítico que juega el turismo en su economía local. Según la literatura, el SEO y SEM son fundamentales en el sector turístico por su capacidad de aumentar la visibilidad y el tráfico web hacia destinos específicos (Chaffey y Ellis-Chadwick, 2019; Ryan y Jones, 2019). En el caso de Olón, estas estrategias pueden ser particularmente efectivas dado que permiten posicionar a la comuna en un nicho de mercado potencialmente grande pero competitivo, al mejorar su presencia en las búsquedas relacionadas con destinos de playa, ecoturismo, y cultura local.

La utilización de redes sociales y contenidos multimedia, como ha demostrado Tuten y Solomon (2017), es crucial para captar la atención del turista moderno, quien frecuentemente utiliza estas plataformas para planificar sus viajes. Fotos impresionantes, videos atractivos y relatos de experiencias en Instagram, Facebook, o TikTok pueden ayudar a crear una imagen deseable y accesible de Olón, invitando a los visitantes a explorar personalmente sus atractivos.

Por otro lado, la analítica web permite un entendimiento profundo del comportamiento del visitante potencial (Kumar y Petersen, 2019). Para Olón, analizar datos sobre qué intereses tienen los usuarios que visitan su sitio web o interactúan con su contenido en redes sociales puede ayudar a refinar las estrategias de marketing para atraer a segmentos específicos del mercado. Por ejemplo, si la analítica revela un interés predominante en el ecoturismo, la

comuna podría enfocar sus recursos en promover sus áreas naturales protegidas y actividades de bajo impacto ambiental.

Implementando eficazmente estas estrategias de marketing digital, Olón no solo podría aumentar su visibilidad en línea, sino también atraer a un mayor número de turistas, lo cual se traduciría en beneficios económicos directos e indirectos para la comunidad local. Este enfoque holístico de marketing digital se alinea con las tendencias actuales del sector turístico y ofrece una vía robusta para el desarrollo y la sustentabilidad económica de destinos turísticos pequeños pero ricos en cultura y naturaleza.

Conclusiones

La conclusión fundamental que se puede extraer del análisis comparativo de Olón frente a otros destinos similares es la necesidad imperante de mejorar su infraestructura hídrica y sanitaria. A pesar de sus atractivos naturales y culturales, Olón enfrenta desafíos significativos en su planificación y gestión de recursos esenciales que son cruciales para la sustentabilidad y competitividad turística a largo plazo. La literatura especializada resalta continuamente que la calidad de la infraestructura es un determinante clave para el éxito turístico de un destino (Inskeep, 1991; Ministerio de Turismo de Ecuador, 2018). Mejorar estos aspectos no solo aumentaría la capacidad de Olón para atraer y retener turistas, sino que también reforzaría su posición como un destino turístico responsable y sostenible, en línea con las tendencias globales y las expectativas de los viajeros modernos que valoran la sustentabilidad y la calidad de los servicios básicos durante sus estancias.

La comuna de Olón se distingue de su vecina Montañita al ofrecer una propuesta turística orientada a la tranquilidad y el contacto con la naturaleza, contrastando con el enfoque de Montañita en el ambiente festivo y las actividades de aventura. Mientras Montañita atrae a un público que busca diversión intensa y experiencias de surf, Olón se presenta como un destino ideal para aquellos que prefieren un entorno sereno y relajado, lo que potencialmente atrae a familias, parejas y viajeros interesados en el ecoturismo (Pérez, 2018). Esta diversidad en la oferta turística podría ser una ventaja estratégica para Olón, permitiéndole captar un segmento de mercado distinto que valora la tranquilidad y la sostenibilidad ambiental.

Además, la estructura de precios en Olón, si bien no detallada en el texto anterior, podría beneficiarse de estrategias de segmentación que apunten a ofrecer experiencias personalizadas y exclusivas, alineadas con su enfoque natural y tranquilo. En términos de promoción, la adopción de estrategias di-

giales y de redes sociales, similares a las utilizadas por Montañita, podría incrementar su visibilidad y atractivo.

Finalmente, mejorar la accesibilidad y las facilidades de llegada a Olón sería fundamental para competir más efectivamente en el mercado turístico. Aunque Montañita ya goza de una excelente accesibilidad y promoción por parte de agencias de turismo, Olón podría fortalecer su infraestructura de acceso para facilitar la llegada de turistas que buscan un refugio tranquilo y natural. Estas estrategias no solo diferenciarían a Olón en términos de producto turístico, sino que también reforzarían su posición como un destino atractivo y competitivo en la región.

En resumen, la comuna de Olón presenta una notable diversidad en el perfil demográfico y las preferencias de sus visitantes, lo que ofrece una oportunidad valiosa para el diseño de estrategias de marketing dirigidas y eficaces. Los datos demográficos sugieren que un enfoque en la inclusión y la diversidad puede resonar positivamente con el mercado actual, mientras que las preferencias de viaje y consumo de medios indican la necesidad de adoptar un enfoque multifacético que incorpore tanto estrategias digitales como tradicionales. La adaptación de servicios y promociones para acomodar estancias breves, junto con el desarrollo de paquetes que se alineen con el nivel de gasto predominante, podría potenciar significativamente la atracción y retención de turistas en Olón. Además, mejorar las infraestructuras de transporte y acceso beneficiará la experiencia del visitante y fortalecerá la posición competitiva de Olón en el mercado turístico. Estos insights, apoyados por investigaciones y datos actuales, subrayan la importancia de una estrategia de marketing personalizada y bien informada que pueda adaptarse y responder eficazmente a las tendencias emergentes y las necesidades específicas de los turistas.

La importancia del SEO y SEM en el turismo no puede subestimarse, especialmente para destinos como Olón. Implementar SEO y SEM de manera efectiva es fundamental para mejorar la visibilidad en línea de la comuna, asegurando que aparezca prominentemente en los resultados de búsqueda cuando potenciales turistas busquen destinos con las características únicas que Olón ofrece. En un sector donde la decisión de viajar es a menudo impulsada por la información accesible y atractiva encontrada en internet, estar visible en los motores de búsqueda es crucial. Esto no solo mejora la probabilidad de ser considerado en las opciones de viaje, sino que también aumenta la facilidad con la que los viajeros pueden descubrir las experiencias únicas que Olón tiene para ofrecer, desde su tranquilidad hasta sus atractivos naturales.

Por otro lado, las redes sociales y el contenido multimedia son herramientas transformadoras en la promoción turística de la comuna. Plataformas como Instagram y Facebook son esenciales para capturar y compartir la esencia de Olón mediante imágenes y videos que destacan su rica cultura y belleza natural. Estos medios son especialmente eficaces para generar interés y deseo de visitar entre los turistas potenciales, dado que las percepciones visuales son influyentes en las decisiones de viaje. El contenido multimedia no solo atrae visitantes, sino que también sirve como testimonio de la experiencia turística, fomentando un interés orgánico a través del compartimiento social.

Finalmente, la analítica web es crucial para una segmentación de mercado efectiva. Comprender cómo los usuarios interactúan con los contenidos en línea de Olón permite identificar los intereses específicos de diferentes segmentos de mercado, lo que a su vez posibilita la personalización de las campañas de marketing para aumentar su relevancia y efectividad. Al analizar los datos de usuario, Olón puede optimizar sus recursos de marketing y ajustar sus estrategias para asegurar que los mensajes y ofertas resuenen con el público objetivo, mejorando así las tasas de conversión de interesados a visitantes reales. Estas estrategias, basadas en SEO, SEM, contenido multimedia y analítica web, son fundamentales para posicionar a Olón como un destino turístico atractivo y accesible en el mercado global.

Referencias Bibliográficas

- Armstrong, G y Kotler, P. (2013): *Marketing*. Pearson Educación de México, S.A. Decimocuarta Edición. México
- Chaffey, D., y Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing (7th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Da Silva, D. (2021, Febrero 19). Blog de Zendesk. Retrieved from www.zendesk.com.mx.
- Ferrer, J. (2021). *Economía del turismo: comportamiento del consumidor y estrategias de precio*. Editorial Académica Española, Madrid.
- García, E. (2023). Tendencias actuales en el turismo cultural en Europa. *Journal of Cultural Tourism*, 15(2), 34-45.
- García, J. L., Pérez, M. F., y Rodríguez, G. R. (2019). Hospedaje y turismo: Un estudio de las capacidades de alojamiento en comunidades costeras. *Revista de Estudios Turísticos*, 56(2), 112-130.

- Godin, S. (2019). *Marketing moderno: Estrategias digitales y tradicionales en acción*. Ediciones Omega, Barcelona.
- González, López y Rodríguez (2018). "Análisis de la duración de las estancias turísticas y su impacto en la gestión de destinos", *Journal of Tourism Studies*, 29 (3), 22-35.
- Hernández, R., Cruz, A., y Núñez, T. (2018). La importancia de la gastronomía en la atracción de turistas en América Latina. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 3(1), 34-45.
- Hughes, K., y Ballantyne, R. (2021). Impacts of Local Engagement in Tourism Services on Visitor Experiences. *Tourism Management Perspectives*.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold.
- Kaushik, A. (2019). *Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability & Science of Customer Centricity*. Sybex.
- Kumar, V., y Petersen, J. A. (2015). Using Big Data to Model Consumer Behavior in Online Marketing. *Journal of Consumer Marketing*, 32(4), 207-213.
- Martínez y Serra (2019) Transporte y accesibilidad en destinos turísticos: Modelos y aplicaciones. *Revista de Planificación del Transporte y Logística*, 5 (1), 55-69.
- Martínez, P., y Rodríguez, I. (2020). Servicios turísticos y desarrollo local: Un análisis de destinos de playa en el Pacífico. *Revista de Desarrollo Local y Turismo*, 4(1), 25-38.
- Messerli, H. (2018). *Visual Communication in Digital Design*. McGraw-Hill Education.
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2018). *Estrategias para el Desarrollo Turístico Sostenible*. Quito, Ecuador.
- Pérez, M. (2018). *Turismo y desarrollo local en Ecuador*. Universidad de Guayaquil.
- Richards, G. (2018). *Desarrollo turístico y capacitación en comunidades locales*. Editorial Uptrend.
- Ryan, D. y Jones, C. (2019). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page.

- Smith, J. (2020). Trends in Coastal Tourism Development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*.
- Solomon, M. R. (2019). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (11th ed.). Prentice Hall.
- Tuten, T. y Solomon, M. (2017) *Social Media Marketing*. 3rd Edición. SAGE Publications India
- Yumisaca, Mendoza, y Villón (2019). Adaptación de los destinos turísticos a las nuevas tendencias del mercado. *Revista de Investigaciones Turísticas*, (14), pp. 98-112.

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo XI

Los principios de la política turística y su incidencia en la gestión del desarrollo local en la unión, Jipijapa

AUTORES: Libia Soledad Ayón Villafuerte; Cinthia Roxana Delgado Córdova; Karla Cecilia Marín Arevalo; Anthony Jahir Pillasagua Suarez



SABEREC 5.0

Resumen

La política turística se basa en principios fundamentales que buscan fomentar el desarrollo sostenible y equitativo del turismo en todo el mundo. Estos principios incluyen la promoción del desarrollo sostenible, la conservación del patrimonio cultural y natural, la participación ciudadana y la inclusión social, la generación de empleo e ingresos para la población local, y la gestión responsable de los recursos naturales. El objetivo principal es analizar las bases científicas y estudios previos relacionados con el turismo sostenible y su aplicación en contextos similares al de La Unión de Jipijapa. Se emplea métodos y técnicas, desde el inductivo-deductivo hasta el descriptivo, cualitativo y bibliográfico. Se determinó que la aplicación de estos principios tiene un impacto significativo en la gestión del desarrollo local, ya que permite la creación de oportunidades económicas y sociales para la comunidad, la protección del medio ambiente y la preservación de la identidad cultural. Además, la política turística busca fomentar la coordinación y colaboración entre los actores públicos y privados, lo que permite una gestión más eficiente y sostenible del desarrollo local. De esta manera, la política turística se convierte en un instrumento clave para el desarrollo económico, social y ambiental de la región.

Palabras clave: Ley del Turismo, turismo sostenible, desarrollo territorial, normativas turísticas, gestión pública.

Abstract

Tourism policy is based on fundamental principles that seek to promote the sustainable and equitable development of tourism around the world. These principles include the promotion of sustainable development, the conservation of cultural and natural heritage, citizen participation and social inclusion, the generation of employment and income for the local population, and the responsible management of natural resources. The main objective is to analyze the scientific bases and previous studies related to sustainable tourism and its application in contexts similar to that of La Unión de Jipijapa. Methods and techniques are used, from inductive-deductive to descriptive, qualitative and bibliographic. It was determined that the application of these principles has a significant impact on the management of local development, since it allows the creation of economic and social opportunities for the community, the protection of the environment and the preservation of cultural identity. In addition, tourism policy seeks to promote coordination and collaboration between public and private actors, which allows for more efficient and sustainable management of

local development. In this way, tourism policy becomes a key instrument for the economic, social and environmental development of the region.

Keywords: Tourism Law, sustainable tourism, territorial development, tourism regulations, public management.

Introducción

El turismo sostenible se ha posicionado como una estrategia vital para el desarrollo local en diversas regiones, incluyendo el cantón Jipijapa, donde iniciativas académicas han explorado sus implicaciones. Baque Cheme (2018), enfatiza que el turismo sostenible no solo impulsa la economía local, sino que también protege el entorno natural y promueve la cultura local, elementos cruciales para un desarrollo equilibrado y perdurable. Mora Alvarado (2021) y AlcívarLoor (2022), profundizan desde sus estudios en la Universidad Estatal del Sur de Manabí (UNESUM), destacando cómo las políticas turísticas pueden ser clave para el desarrollo local en lugares como los cantones de Paján y Portoviejo, respectivamente. Estos estudios subrayan la importancia de políticas efectivas que no solo fomenten el crecimiento económico, sino que también salvaguarden los recursos naturales y fortalezcan la identidad cultural de las comunidades.

A nivel internacional, el turismo ha demostrado ser un sector dinámico y de rápido crecimiento, generando empleo y atrayendo inversiones significativas. Sin embargo, esta expansión no está exenta de desafíos, como la gestión sostenible de recursos y la minimización de impactos negativos en las comunidades anfitrionas. Nacionalmente, Ecuador se presenta como un ejemplo diversificado en turismo, desde las icónicas Islas Galápagos hasta las ciudades coloniales de Quito y Cuenca. A pesar de estos atractivos, existen disparidades en el desarrollo turístico entre las regiones, como lo evidencian estudios locales como el de Plua Tigua (2017), en Puerto Cayo y Calderón Núñez (2023), en San Antonio del cantón Paján.

En el ámbito regional, la provincia de Manabí destaca por su riqueza cultural y natural, siendo un destino de interés tanto para turistas nacionales como internacionales. No obstante, comunidades como La Unión de Jipijapa enfrentan retos significativos para integrarse de manera efectiva en la economía turística regional. Cañarte y Chillán (2021) abordan esta temática

específicamente en el contexto del desarrollo territorial y ambiental del sector rural de La Unión Jipijapa, destacando la necesidad de un enfoque integrado que considere tanto la conservación ambiental como el desarrollo socioeconómico local.

En la actualidad, La Unión de Jipijapa se encuentra en una encrucijada estratégica, donde el potencial turístico no ha sido plenamente aprovechado debido a barreras como la falta de infraestructura adecuada, limitada capacitación del personal turístico y competencia con destinos más consolidados. La gestión administrativa-financiera también juega un papel crucial, como lo señala Reyes Barcia (2022), quien examina su influencia en el desarrollo local desde el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Membrillar.

En este contexto, esta investigación pretende explorar cómo la implementación de políticas turísticas basadas en principios de sostenibilidad, participación comunitaria, diversificación de la oferta turística, calidad y competitividad, innovación y tecnología puede catalizar un desarrollo local integral y sostenible en La Unión de Jipijapa. Inspirado en estudios previos como el de Moreira Loor (2018) sobre la cultura tributaria en Jipijapa, esta investigación se propone ofrecer recomendaciones prácticas y fundamentadas que no solo promuevan el crecimiento económico, sino que también preserven el patrimonio natural y cultural de la región.

La ley de turismo es un marco legal crucial que regula y orienta las actividades turísticas en una región específica. En el contexto de La Unión de Jipijapa, la ley de turismo establece las normativas, derechos y deberes tanto para los prestadores de servicios turísticos como para los visitantes. Esta ley proporciona un marco jurídico que busca asegurar un desarrollo turístico ordenado, sostenible y beneficioso para la comunidad local. Baque Cheme (2018), destaca que la aplicación efectiva de la ley de turismo puede facilitar la conservación del patrimonio natural y cultural, promover la equidad en la distribución de beneficios económicos y sociales, y mitigar los impactos negativos del turismo en el medio ambiente.

La gestión pública del turismo juega un papel fundamental en el desarrollo local de La Unión de Jipijapa. Esta gestión involucra la planificación, coordinación y ejecución de políticas públicas orientadas a promover un turismo sostenible y equitativo. Mora Alvarado (2021), argumenta que una gestión pública eficaz no solo implica la administración de recursos y servicios turísticos, sino también la promoción de la participación comunitaria y la cooperación interinstitucional. En el contexto local, la gestión pública del turismo en La Unión de Jipijapa debe abordar desafíos específicos como la infraestructura limitada, la capacitación del personal turístico y la integración efectiva en la economía turística regional.

Tabla 21.

Datos Generales de La Unión de Jipijapa.

Caracterización delTerritorio	Datos Generales de La Unión de Jipijapa
Ubicación	Cantón Jipijapa, Provincia de Manabí, Ecuador
Límites	Norte: Cantón Jipijapa Sur: Océano Pacífico Este: Cantón Santa Ana Oeste: Cantón Paján
Superficie	Aproximadamente 200 km ²
Parroquia	La Unión de Jipijapa
Población	Aproximadamente 10,000 habitantes
Hidrografía	Cuenta con varios ríos y quebradas, incluyendo el río principal que atraviesa la parroquia
Temperatura	Promedio anual de 25°C
Precipitación Anual	Alrededor de 1500 mm/año
Altitud	Aproximadamente 50 metros sobre el nivel del mar

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Jipijapa

Figura 11.

Mapa de la parroquia La Unión.



Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial de La Unión

Tabla 22.

Inventario Turístico de Recursos Naturales de La Unión de Jipijapa.

Nombre del Recurso	Categoría/Jerarquía	Estado Actual	Características
Playas de LaUnión	Principal	Bien conservadas	Amplias playas de arena blanca, ideales para actividades recreativas ydescanso.
Bosques Tropicales	Secundario	Parcialmente conservados	Biodiversidad rica con especies vegetales y animales nativas. Potencial para ecoturismo y senderismo.
Río principal	Secundario	Buen estado	Ofrece oportunidades para actividades acuáticas como rafting y pesca deportiva.
ReservaNatural	Terciario	En desarrollo	Áreas protegidas con flora y faunadiversa, potencial para turismo ecológico y educativo.
Cascadasnaturales	Terciario	Variable	Varias cascadas con diferentes alturas y accesibilidad, atractivaspara turismo de aventura y fotografía.

Tabla 23.

Inventario Turístico de Recursos Culturales de La Unión de Jipijapa.

Nº	Nombre del Recurso o Atractivo	Categoría	Afectación	Jerarquía
1	Iglesia Parroquial	Cultural	Bien conservado	Principal
2	Museo Comunitario	Cultural	En desarrollo	Secundario
3	Artesanías Locales	Cultural	Buen estado	Secundario
4	Festividades Locales	Cultural	Activo	Terciario
5	Gastronomía Local	Cultural	Buen estado	Terciario

Metodología

Área de estudio

Jipijapa es un cantón ubicado en la provincia de Manabí, en la costa ecuatoriana. Geográficamente, se encuentra situado en la llanura costera, a 30 km de la ciudad de Manta y a 250 km de Quito, la capital del país. El clima de Jipijapa es tropical, con temperaturas promedio de 24°C y una humedad

relativa del 70%. La región es conocida por su fertilidad y riqueza natural, lo que la hace apta para la producción de cultivos como el banano, el mango, el coco y el café. La producción agrícola es una de las principales actividades económicas del cantón, junto con la pesca y el turismo. En cuanto a la población, Jipijapa cuenta con aproximadamente 70.000 habitantes, quienes se caracterizan por su hospitalidad y su rica cultura, influenciada por la mezcla de tradiciones indígenas, africanas y españolas. La ciudad de Jipijapa es un importante centro comercial y de servicios en la región, y su cercanía al puerto de Manta la convierte en un punto estratégico para la exportación de productos agrícolas y pesqueros.

El diseño de esta investigación se enmarca en un estudio exploratorio y descriptivo. La elección de este diseño se fundamenta en la necesidad de explorar en profundidad los principios de la política turística y su aplicación en un contexto específico como La Unión de Jipijapa, así como en describir de manera detallada la situación actual del desarrollo local en relación con el turismo. Este enfoque permite obtener una comprensión holística y detallada de los fenómenos estudiados, proporcionando una base sólida para la formulación de recomendaciones y estrategias de mejora.

Para la recopilación de datos, se utilizaron diversas fuentes primarias y secundarias. Las fuentes primarias incluyeron entrevistas semiestructuradas con actores clave del sector turístico local, como autoridades municipales, representantes de asociaciones turísticas, empresarios locales y líderes comunitarios. Estas entrevistas permitieron obtener información directa y específica sobre las políticas y prácticas actuales relacionadas con el turismo en La Unión de Jipijapa, así como percepciones y opiniones sobre los desafíos y oportunidades existentes. Además, se llevó a cabo una observación directa del entorno turístico local, visitando sitios de interés y participando en actividades relacionadas con el turismo para evaluar de primera mano las condiciones de infraestructura, servicios turísticos disponibles y la interacción entre los visitantes y la comunidad local.

Las fuentes secundarias consistieron en revisión documental de estudios previos, informes técnicos, planes de desarrollo local, y trabajos académicos relacionados con el turismo y el desarrollo en la región de La Unión de Jipijapa. Estos documentos proporcionaron contexto

histórico, análisis comparativo y datos estadísticos que complementaron y enriquecieron la comprensión del fenómeno estudiado. El procedimiento comenzó con la revisión exhaustiva de la literatura existente sobre políticas

turísticas, desarrollo local y estudios de caso relevantes en Ecuador, con un enfoque particular en la provincia de Manabí y el cantón Jipijapa. Esta revisión permitió establecer un marco teórico sólido y identificar los principios de la política turística que serían el foco de la investigación.

Posteriormente, se diseñó y aplicó un protocolo de entrevistas semiestructuradas que abordó temas clave como la planificación y gestión del turismo, la participación comunitaria, la sostenibilidad ambiental y la promoción del patrimonio cultural. Las entrevistas fueron grabadas y transcritas para un análisis detallado y comparativo. La observación directa se llevó a cabo durante visitas de campo a sitios turísticos relevantes en La Unión de Jipijapa. Durante estas visitas, se recopiló información sobre la infraestructura turística, la calidad de los servicios ofrecidos, y las percepciones de los visitantes y residentes locales sobre el impacto del turismo en la comunidad.

Resultados

Para abordar el objetivo general, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre turismo sostenible, políticas turísticas y desarrollo local. Los estudios revisados destacan que el turismo sostenible implica la gestión responsable de los recursos naturales y culturales, 'Opromoviendo beneficios económicos equitativos y respetando la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas (Baque Cheme, 2018).

La literatura también resalta la importancia de integrar prácticas sostenibles en la planificación y gestión del turismo, asegurando la conservación de los recursos naturales y culturales a largo plazo. Estos principios son fundamentales para garantizar que el turismo contribuya de manera positiva al desarrollo local, minimizando los impactos negativos y maximizando los beneficios sociales y económicos (Mora Alvarado, 2021; Alcívar Loor, 2022).

El diagnóstico de la gestión pública del turismo en La Unión de Jipijapa reveló varios aspectos clave. Las entrevistas con autoridades locales y representantes del sector turístico destacaron la falta de una política turística clara y coherente que guíe el desarrollo turístico de manera sostenible. Existe una percepción generalizada de que las políticas actuales no están adecuadamente alineadas con las necesidades y expectativas de las comunidades locales, lo que limita el potencial de crecimiento económico y social derivado del turismo (Reyes Barcia, 2022; Plua Tigua, 2017).

Además, se identificaron deficiencias en la infraestructura turística y en la capacitación del personal involucrado en el sector, lo que afecta negativamente la calidad de los servicios ofrecidos y la experiencia del visitante. Estos

hallazgos subrayan la necesidad urgente de fortalecer la capacidad institucional y mejorar la coordinación interinstitucional para promover un turismo más inclusivo y sostenible en La Unión de Jipijapa.

Tabla 24.

Bases teóricas de la gestión turística.

Autor	Año	Descripción	Análisis
Baque Cheme	2018	En su estudio sobre el turismo sostenible, Baque Cheme explora cómo las estrategias de promoción turística no solo informan y persuaden, sino que también influyen en las decisiones de los consumidores para visitar destinos específicos. Su investigación se centra en la importancia de una promoción ética y efectiva que maximice el impacto del turismo en el desarrollo local de La Unión de Jipijapa (Baque Cheme, 2018).	Baque Cheme subraya que una promoción turística bien gestionada puede no solo atraer visitantes, sino también preservar los recursos naturales y culturales locales, esenciales para un desarrollo sostenible.
Reyes Barcia	2022	En su análisis de la gestión pública del turismo, Reyes Barcia examina cómo las políticas locales pueden afectar el desarrollo económico y social de áreas similares a La Unión de Jipijapa. Su investigación destaca la importancia de alinear las políticas turísticas con las necesidades y expectativas locales para maximizar los beneficios del turismo en la comunidad (Reyes Barcia, 2022).	Reyes Barcia argumenta que una gestión pública efectiva del turismo debe incluir la participación activa de la comunidad local, asegurando que los beneficios económicos se distribuyan equitativamente y se protejan los valores culturales y ambientales del área.

Alcívar Loor	2022	Alcívar Loor ofrece un análisis detallado de cómo las políticas turísticas sostenibles pueden implementarse en comunidades como La Unión de Jipijapa. Su investigación enfatiza la necesidad de integrar prácticas ambientales y sociales responsables en la planificación y desarrollo del turismo, asegurando así beneficiosa largo plazo para la comunidad (Alcívar Loor, 2022).	El autor propone que las políticas turísticas deben ser diseñadas no solo para atraer visitantes, sino también para preservar los recursos naturales, promover la cultura local y mejorar la calidad de vida de los residentes.
Mora Alvarado	2021	En su estudio sobre la educación ambiental y el turismo sostenible, Mora Alvarado investiga cómo programas educativos pueden fortalecer el entendimiento y compromiso de los actores locales hacia prácticas turísticas responsables en áreas rurales como La Unión de Jipijapa. Su investigación subraya la importancia de educar a residentes y visitantes sobre la conservación ambiental y cultural (Mora Alvarado, 2021).	Mora Alvarado sugiere que la educación ambiental puede ser una herramienta poderosa para asegurar que el turismo beneficie tanto a los residentes como a los visitantes, al fomentar prácticas sostenibles y respetuosas con la comunidad local.

Tabla 25.

Diagnóstico de la gestión pública del turismo en La Unión.

Fortalezas	Debilidades
Riqueza cultural y natural de la región.	Infraestructura turística insuficiente.
Comunidad local comprometida con el desarrollo.	Falta de formación en gestión y servicios turísticos.
Ubicación geográfica favorable con potencial turístico.	Limitada promoción y marketing turístico.
Políticas y programas gubernamentales que fomentan el desarrollo turístico.	Poca experiencia en el manejo de negocios turísticos y atención al cliente.
Oportunidades	Amenazas
Creciente interés en el turismo rural y ecológico	Competencia de destinos turísticos más desarrollados.

Programas gubernamentales de apoyo al turismo.	Degradación ambiental y pérdida de atractivos naturales.
Potencial para atraer inversiones extranjeras y nacionales.	Inestabilidad económica que afecta la inversión en turismo.
Avances en tecnología de información y comunicación que facilitan la promoción turística.	Cambios en la legislación turística que pueden imponer restricciones o nuevos requisitos.

Tabla 26.

Hallazgo de la investigación.

Planteamiento

Proceso de intervención

Definición del alcance y objetivos

Implementar estrategia de Marketing para llamar la atención del turista y mejorar el desarrollo turístico del lugar.

Recolección de datos

Crear fuentes de ingresos mediante productos del lugar para ayudar a mejorar la infraestructura del sitio.

Análisis de la información recopilada

Referencias Bibliográficas

Alcívar Loor, M. G. (2022). *La gestión turística como herramienta de desarrollo local cantón Portoviejo: caso Cerro de Hojas Jaboncillo*, UNESUM

Baque Cheme, L. J. (2018). *El turismo sostenible y su aporte al desarrollo local del cantón Jipijapa*, UNESUM

Calderón Núñez, C. N. (2023). *Factores de Riesgo Turístico Asociados al Desarrollo Local en la comunidad San Antonio del cantón Paján*, UNESUM

Mora Alvarado, R. M. (2021). *Las políticas del sector turístico como alternativa de desarrollo local del cantón Paján*, UNESUM

Moreira Loor, H. I. (2018). *La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de la Sociedad Abastecedora del Mercado Central de Jipijapa*, UNESUM

- Plua Tigua, E. L. (2017). *Políticas empresariales en el sector turístico y su incidencia en el desarrollo económico de la parroquia Puerto Cayo del cantón Jipijapa*, UNESUM
- Reyes Barcia, D. M. (2022). *Gestión administrativa-financiera y su influencia en el desarrollo local del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Membrillar*, UNESUM
- Cañarte Vélez, R. C., y Chilan Ponce, S. J. (2021). Valoración del plan de desarrollo, ordenamiento territorial y ambiental del sector rural, la unión Jipijapa, Ecuador. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(6), 209-222.

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo XII

Identidad cultural y su aporte al desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Portoviejo

AUTORES: Martha Susana Choez Pesantes; Doris Lilibeth Mantuano Ruiz



SABEREC 5.0

Resumen

La pertenencia a una identidad cultural ya no ocurre o se usa con frecuencia, las autoridades ahora enfatizan salvar parte de la cultura mediante la promoción de publicaciones y eventos y participando en ferias con la ciudadanía para activar conocimientos ancestrales. El presente artículo científico tiene como objetivo analizar la importancia de la identidad cultural como aporte al desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Portoviejo, por lo cual preservar las costumbres y tradiciones de sus antepasados permite reconocer las diferentes culturales y las manifestaciones que permitan incentivar las actividades turísticas que van desapareciendo porque los habitantes no tienen interés en preservar los valores culturales de su lugar, porque se sumergen en nuevas tendencias basadas en el abuso del área existente. Se utilizó una metodología mixta de tipo descriptivo y bibliográfica, de métodos estadístico, deductivo, histórico, y analítico, basada en la investigación cuantitativa y cualitativa. Las técnicas utilizadas en esta investigación fueron búsqueda sistemática, encuesta a turistas, visitantes y residentes de Portoviejo y entrevistas a portadores de saberes. Los resultados obtenidos indican la necesidad de establecer programas culturales en donde se den a conocer las principales actividades culturales que conforman la identidad cultural del lugar, para de esta manera concluir que el nivel de conocimiento de los ciudadanos sobre símbolos, gastronomía, costumbres, habla y ropa.

Palabras claves: identidad, cultural, promoción, costumbres, tradiciones, valores.

Abstract

Belonging to a cultural identity no longer occurs or is frequently used, authorities now emphasize saving part of the culture by promoting publications and events and participating in fairs with citizens to activate ancestral knowledge. The objective of this scientific article is to analyze the importance of cultural identity as a contribution to the development of tourist activity in the city of Portoviejo, therefore preserving the customs and traditions of their ancestors allows us to recognize the different cultures and manifestations that allow to encourage the tourist activities that are disappearing because the inhabitants have no interest in preserving the cultural values of their place, because they immerse themselves in new trends based on the abuse of the existing area. A mixed descriptive and bibliographic methodology was used, with statistical, deductive, historical, and analytical methods, based on quantitative and qualitative research. The techniques used in this research were systematic search,

survey of tourists, visitors and residents of Portoviejo and interviews with knowledge holders. The results obtained indicate the need to establish cultural programs where the main cultural activities that make up the cultural identity of the place are made known, in order to conclude that the level of knowledge of citizens about symbols, gastronomy, customs, speech and clothes.

Keywords: identity, cultural, promotion, customs, traditions, values.

Introducción

El turismo no solo constituye una poderosa fuerza económica, sino también desempeña un papel fundamental en la promoción, preservación y valoración cultural de las ciudades, siendo este un elemento esencial en el desarrollo del turismo a nivel mundial, desempeñando un papel crucial en la creación de experiencias de viaje únicas y significativas. La identidad cultural abarca un amplio espectro de manifestaciones, desde tradiciones y costumbres, hasta arte, música, gastronomía y arquitectura. Estos elementos distintivos no solo atraen a turistas, sino que también fomentan el entendimiento y el respeto entre culturas diversas.

En un contexto global, la identificación y promoción de la identidad cultural no solo impulsa el desarrollo económico a través del turismo, sino que también ayuda a preservar y revitalizar las tradiciones locales. Sin embargo, es crucial gestionar este desarrollo de manera sostenible, asegurando que la comercialización del patrimonio cultural no conduzca a su degradación o pérdida de autenticidad.

Para Chica, Anchundia y Alcívar (2024), sostienen que la identidad cultural juega un papel fundamental en el desarrollo de la actividad turística, ofreciendo a los viajeros experiencias únicas y auténticas que no pueden encontrarse en ningún otro lugar. La riqueza cultural de una región, reflejada en sus tradiciones, costumbres, gastronomía, música, y arte, se convierte en un atractivo irresistible para aquellos turistas que buscan conectar de manera más profunda con el destino que visitan. Esta conexión va más allá de simplemente observar, permitiendo una inmersión en el estilo de vida y la historia local.

El turismo cultural, impulsado por la identidad cultural de una comunidad, no solo enriquece la experiencia del visitante, sino que también promueve la conservación de las tradiciones y el patrimonio cultural. Cuando los elementos culturales se integran de manera respetuosa y auténtica en la oferta turística, se incentiva a las comunidades locales a mantener vivas sus costumbres y a valorar su patrimonio. Esto crea un círculo virtuoso donde el turismo se con-

vierte en un motor para la preservación cultural y, al mismo tiempo, en una fuente de orgullo para los residentes.

Además, la identidad cultural contribuye al desarrollo económico de las áreas turísticas. La demanda de experiencias culturales puede generar oportunidades de empleo y emprendimiento para los habitantes locales, desde guías turísticos hasta artesanos y pequeños negocios. El turismo basado en la cultura también tiende a atraer a un tipo de viajero que valora la sostenibilidad y el respeto por la comunidad anfitriona, lo cual puede llevar a un turismo más responsable y beneficioso a largo plazo. Este tipo de turismo promueve una distribución más equitativa de los beneficios económicos, llegando a sectores de la población que de otro modo podrían no beneficiarse del desarrollo turístico.

El fortalecimiento de la identidad cultural a través del turismo puede fomentar el entendimiento y el respeto mutuo entre visitantes y locales. Al compartir sus historias y tradiciones, las comunidades locales tienen la oportunidad de mostrar la riqueza de su herencia cultural, mientras que los turistas pueden aprender y apreciar nuevas perspectivas y formas de vida. Esta interacción intercultural puede contribuir a una mayor tolerancia y apreciación de la diversidad, fortaleciendo el tejido social tanto de las comunidades anfitrionas como de los visitantes (Chunga y Mogollón, 2018).

En los últimos años, el turismo cultural se centra en la exploración y apreciación de la herencia cultural de un destino. Los viajeros buscan cada vez más experiencias auténticas que les permitan sumergirse en la vida cotidiana de los lugares que visitan. Esto ha llevado a muchas regiones del mundo a identificar y promover su identidad cultural como una estrategia clave para atraer turistas creando una conexión más profunda con el destino. Para Hormaza y Torres (2020), en el Ecuador la identidad cultural se ha evidenciado como la construcción de espacios para fortalecer la valoración cultural, la diversidad, la interculturalidad y la pluriculturalidad, que es transmitido de generación en generación, además, de ser fuente de ingresos económicos y turísticos.

De la misma forma, Ecuador es un país multicultural con una valiosa riqueza cultural que incluye todas las expresiones o evidencias de la creación humana que en general son importantes para su arqueología, historia, arte, ciencia y cultura.

En la provincia de Manabí, la identidad cultural es fundamental para el desarrollo de la actividad turística, ya que en esta región la rica historia y

tradiciones, ofrece una diversidad cultural que abarca desde sus festividades y gastronomía hasta su música, artesanía y arquitectura. En el caso de Portoviejo, se encuentra inmersa en esta rica identidad cultural que la caracteriza, como sus calles llenas de historia y tradición, sus plazas y parques que reflejan la vida cotidiana de sus habitantes, y sus monumentos que cuentan la historia de sus antepasados, siendo un destino turístico que no solo ofrece belleza natural, sino también una experiencia cultural única.

Al enfocarse en la identidad cultural como motor del desarrollo turístico, Manabí puede posicionarse como un destino único y atractivo en el mercado global, ofreciendo experiencias que no solo encantan a los visitantes, sino que también generan un impacto positivo y duradero en la comunidad local.

Según Quispe, Yangali y Cuba (2022), indican que: "La identidad cultural es el fortalecimiento de la promoción turística, por los cuales comprenden las tradiciones, las costumbres, el arte, la gastronomía, y otros elementos únicos que definen a las comunidades". En el contexto de Portoviejo, la identificación y promoción de estos elementos no solo ayudan a preservar el patrimonio cultural, sino que también pueden convertirse en un atractivo significativo para los visitantes.

Esto puede incluir visitas a sitios históricos, participación en festivales locales, degustación de la cocina tradicional manabita, y la interacción con artesanos y artistas locales. La promoción de la identidad cultural en el turismo también fomenta el orgullo y la cohesión entre los residentes, al tiempo que impulsa el desarrollo económico al atraer a turistas interesados en experiencias auténticas y enriquecedoras.

Por lo tanto, el reto para la ciudad de Portoviejo es desarrollar estrategias turísticas que respeten y realcen su identidad cultural, asegurando la sostenibilidad y evitando la comercialización excesiva que pueda diluir sus valores auténticos. Esto implica una colaboración estrecha entre autoridades locales, comunidades, y empresas del sector turístico, para crear ofertas que sean atractivas para los turistas y beneficiosas para la población local.

El aporte de esta identidad cultural al desarrollo de la actividad turística en Portoviejo es invaluable ya que los turistas que visitan la ciudad están en busca de conocer sus atractivos naturales y culturales, que se ven inmersos en una experiencia única que les permita conocer y apreciar las costumbres y tradiciones de la región. Esto no solo enriquece su experiencia de viaje, sino que también contribuye a la economía local a través del turismo.

De la misma forma, la promoción y la preservación de la identidad cultural en la ciudad de Portoviejo son fundamentales para el crecimiento del turismo sostenible en la ciudad, de esta manera las autoridades locales y las comunidades en general deben trabajar en conjunto para valorar y proteger las manifestaciones culturales que hacen a la ciudad un destino turístico cultural y atractivo.

De este modo, Torres et al (2018), afirman que: "La identidad cultural es un tesoro invaluable que contribuye de manera significativa al desarrollo de la actividad turística de una ciudad". Además, que ayuda a preservar y promover la riqueza cultural para garantizar un turismo sostenible y enriquecedor que beneficie tanto a la población como a los turistas. Por lo cual, la ciudad de Portoviejo se rige como un ejemplo de identidad cultural ya que promueve el desarrollo turístico en sus destinos en donde invitan a descubrir y disfrutar de la diversidad cultural que presenta la ciudad.

Por otra parte, esta ciudad es muy rica en manifestaciones culturales que aportan identidad cultural al desarrollo del turismo, actualmente esta ciudad está comprometida con las nuevas tecnologías y tendencias de la sociedad actual, por lo que el objetivo es fortalecer la identidad cultural de los habitantes del centro de la ciudad de Portoviejo dejando en constancia los valores que les pertenecen y como esto contribuye al desarrollo turístico, debido a que los habitantes desconocen los acontecimientos pasados en cuanto a las tradiciones y costumbres de estas zonas los cuales tienen un gran valor cultural.

De esta manera, Portoviejo es un lugar de atractivos históricos, gastronómicos, arquitectónicos y naturales, que tiene en cuenta los diversos factores que conforman la identidad cultural de la región para asegurar una historia que la hace diferente y única. mantener los activos existentes.

Para llevar a cabo la investigación de este artículo se tomó la investigación de Sarduy y Ferrin (2022), en donde señalan que el patrimonio como factor creador de identidad es compatible con su valor y como recurso turístico, combinando su valor de uso como marcador de memoria colectiva con su valor de mercado como producto cultural vendible, que permite transformarlo en factor de desarrollo que, puede contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas.

No obstante, se tomó como ejemplo el trabajo realizado por López et al (2019), en la cual manifiestan que el territorio ocupa la tierra, su flora, fauna y toda la creación y expresión de los pueblos que allí habitaron: sus institucio-

nes sociales, jurídicas y religiosas; Su lengua y cultura material desde los primeros tiempos históricos. El patrimonio incluye bienes tangibles e intangibles heredados de los antepasados; el entorno en el que vives; campos, pueblos y aldeas; tradiciones y creencias comunes; valores y religiosidad; forma de ver y adaptarse al mundo. El patrimonio natural y cultural es una fuente insustituible de inspiración e identidad para una nación, porque es el legado y la base del mañana que quiere dejar a sus hijos.

La identidad cultural de Portoviejo, capital de la provincia de Manabí en Ecuador, es un recurso valioso que puede potenciar significativamente el desarrollo de la actividad turística en la región. Con una historia rica y una mezcla vibrante de tradiciones, Portoviejo ofrece a los visitantes una experiencia auténtica que va más allá de los paisajes y la arquitectura. La ciudad es conocida por su herencia cultural, manifestada en sus festividades, gastronomía, música, y artesanías, elementos que atraen a turistas en busca de una conexión genuina con la cultura local.

El turismo cultural en Portoviejo no solo enriquece la experiencia del visitante, sino que también juega un papel crucial en la conservación de las tradiciones y el patrimonio cultural de la ciudad. Eventos como el Festival de la Corvina, que celebra la gastronomía local, y las festividades en honor a la Virgen de la Merced, patrona de la ciudad, son ejemplos de cómo las tradiciones locales se convierten en atractivos turísticos. Estas celebraciones no solo atraen a turistas, sino que también refuerzan el sentido de identidad y orgullo entre los habitantes de Portoviejo, incentivando a las generaciones más jóvenes a mantener vivas estas costumbres.

Además, la identidad cultural de Portoviejo contribuye de manera significativa al desarrollo económico local. La demanda de experiencias culturales auténticas crea oportunidades de empleo y fomenta el emprendimiento en la comunidad. Guías turísticos, artesanos, músicos, y empresarios gastronómicos pueden beneficiarse directamente del incremento en el turismo cultural. Los mercados locales, donde se venden productos típicos y artesanías, también ven un aumento en la actividad económica, lo que ayuda a diversificar y fortalecer la economía local.

Finalmente, el énfasis en la identidad cultural en el turismo de Portoviejo puede promover un intercambio cultural enriquecedor entre visitantes y locales. Los turistas tienen la oportunidad de aprender sobre la historia y las tradiciones de la ciudad, mientras que los residentes pueden compartir su cultura y fortalecer su sentido de pertenencia. Este intercambio no solo mejora

la experiencia turística, sino que también fomenta la comprensión y el respeto mutuo, contribuyendo a una mayor cohesión social y al reconocimiento de la diversidad cultural.

Metodología

Portoviejo es la capital de la provincia de Manabí, ubicada en la región costa de Ecuador. Geográficamente, se encuentra en la parte occidental del país. La ciudad está situada a aproximadamente 30 kilómetros al este del océano Pacífico, en el valle del río Portoviejo. Su posición la convierte en un importante centro administrativo, comercial y cultural de la región. La ciudad también está bien conectada por carretera con otras ciudades importantes de Ecuador, como Manta y Guayaquil.

La estructuración metodológica enmarca una investigación mixta de carácter cuantitativo y cualitativo de tipo descriptivo-bibliográfico, ya que permitió recolectar y analizar datos de información sobre la identidad cultural de la ciudad de Portoviejo, así como conocer el aporte del desarrollo de la actividad turística. Los métodos utilizados permitieron llevar a cabo una investigación positiva con el fin de buscar información bibliográfica mediante diversas fuentes permitiendo de esta manera ser objeto de estudio para así tener una visión más amplia de las problemáticas existentes a nivel turístico y gastronómico.

Por lo tanto, se tomaron en cuenta los siguientes métodos:

- Método sistemático. – La utilización de este método consistió en llevar a cabo la ejecución de la interpretación y análisis de resultados por parte de la encuesta realizada, con la finalidad de conocer el nivel de conocimiento de la identidad cultural de los participantes.
- Método deductivo. – Este método se lo utilizó con el fin de plantear las ideas para así reforzar los conceptos teóricos dentro del estudio de investigación, asimismo este método consistió en comenzar de lo general hasta lo particular.
- Método histórico. – El método histórico permitió comprender históricamente a profundidad la identidad cultural, mismo que embarca los conocimientos de los portadores ancestrales, así como la historia cultural de Portoviejo.

Método analítico. – Este método permitió analizar los diferentes aspectos de la investigación, con el propósito de enmarcar una investigación exhaustiva y relevante en el contexto investigativo e informativo de la investigación. Asimismo, como analizar la identidad cultural del área de estudio.

Las técnicas utilizadas en esta investigación permitieron realizar una búsqueda de información sistemática, las cuales conlleva a la recolección de información para la realización del primer objetivo. Asimismo, se utilizaron técnicas como la entrevista a portadores de saberes y encuestas a 195 personas con el fin de conocer el nivel de conocimiento de la identidad cultural de la ciudad de Portoviejo.

Resultados

La historia de la cultura local de la ciudad de Portoviejo es rica y diversa, reflejando la herencia de los pueblos indígenas, la influencia colonial y el desarrollo contemporáneo. A continuación, se presenta una visión general de los principales hitos y elementos que han conformado la cultura de Portoviejo a lo largo del tiempo:

Portoviejo fue fundada el 12 de marzo de 1535 por Francisco Pacheco, bajo órdenes del conquistador español Francisco Pizarro. Durante la época colonial, la ciudad se convirtió en un centro administrativo y comercial importante. La influencia española se reflejó en la arquitectura, la religión y las costumbres locales. La construcción de iglesias y edificios coloniales, así como la introducción del catolicismo, fueron aspectos significativos de este período.

Antes de la llegada de los colonizadores españoles, la región de Portoviejo estaba habitada por diversas culturas indígenas, entre ellas la cultura Manteña. Estos pueblos se destacaban por su habilidad en la pesca, la agricultura y la elaboración de cerámicas y otros artefactos. Las huellas de estas culturas aún se pueden apreciar en los sitios arqueológicos de la región.

En el siglo XIX, Portoviejo, al igual que el resto de Ecuador, vivió el proceso de independencia de España. Durante este tiempo, se desarrolló una identidad cultural propia, combinando elementos indígenas y coloniales con un creciente sentido de nacionalismo. Las festividades patrias y los movimientos literarios y artísticos empezaron a florecer, reflejando los cambios sociales y políticos de la época.

A lo largo del siglo XX, Portoviejo experimentó un proceso de modernización. La ciudad creció en términos de infraestructura y población. Se fundaron instituciones educativas y culturales, como la Universidad Técnica de Manabí, que jugaron un papel crucial en la promoción y preservación de la cultura local. La música, la danza y la gastronomía manabita se consolidaron como elementos distintivos de la identidad cultural de Portoviejo.

En la actualidad, Portoviejo es una ciudad que celebra su herencia cultural a través de diversas manifestaciones artísticas y festivas. La gastronomía manabita, famosa por platos como el ceviche, la tonga y el viche, es un orgullo local y un atractivo para los visitantes. La música tradicional, como el pasillo y el amorfino, y las artesanías, como la elaboración de sombreros de paja toquilla, continúan siendo prácticas culturales significativas.

Portoviejo celebra varias festividades que reflejan su rica herencia cultural. Entre ellas se destacan:

- **Carnaval de Portoviejo:** Una celebración llena de música, danzas y desfiles que atrae a turistas y residentes por igual.
- **Fiestas de San Pedro y San Pablo:** Festividades religiosas que combinan ritos católicos con tradiciones populares.
- **Festival Internacional de Teatro y Artes de Portoviejo (FITAP):** Un evento cultural importante que reúne a artistas nacionales e internacionales en diversas disciplinas artísticas.

Respecto a los datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica se pudo determinar la identidad cultural de la ciudad de Portoviejo se remonta en la época precolombina. En este caso, el ámbito cultural, Portoviejo ha sido cuna de destacados artistas escritores y músicos que han contribuido a difundir y preservar su patrimonio cultural. Festividades como las fiestas patronales en honor a San Pedro y San Pablo, así como el carnaval, son ejemplos de cómo la ciudad celebra y promueve sus tradiciones.

En la actualidad, Portoviejo continúa siendo un centro cultural y comercial importante en la región, con una identidad única que combina tradición y modernidad. La ciudad sigue siendo un crisol de culturas, donde se pueden encontrar manifestaciones artísticas, gastronómicas y folclóricas que reflejan su rica historia y diversidad cultural.

Por esta razón, es importante diagnosticar la situación actual del turismo cultural de la ciudad de Portoviejo.

Aspectos económicos

- Agricultura y ganadería: Portoviejo es conocido por su producción agrícola, especialmente de productos como plátano, cacao y café. La ganadería también juega un papel importante en la economía local.
- Comercio: La ciudad es un centro comercial significativo en la región, con mercados y ferias que atraen a comerciantes y consumidores en áreas circundantes.
- Industria: Existen pequeñas y mediana industrias en sectores como la manufactura y la producción de alimentos, aunque el sector industrial aún tiene un potencial de crecimientos considerable

Oferta turística

Portoviejo cuenta con una rica oferta cultural que incluye festividades tradicionales, como las fiestas patronales, y eventos culturales, como festivales de música y danza.

Existen sitios históricos y patrimoniales, como iglesias coloniales, museos y monumentos, que ofrecen atractivos para los visitantes interesados en la historia y la arquitectura.

La gastronomía local, con platos típicos como el ceviche, el encebollado y el bolón de verde, constituye otro punto fuerte de la oferta turística de la ciudad.

Infraestructura turística

La ciudad cuenta con hoteles, hostales y otros tipos de alojamiento para recibir a turistas, aunque la oferta podría ser ampliada y diversificada para satisfacer la demanda.

La infraestructura de transporte, incluyendo carreteras y acceso a servicios de transporte público, puede ser mejorada para facilitar el desplazamiento de los turistas dentro de la ciudad y la región.

Promoción y marketing

La promoción del turismo cultural de Portoviejo es limitada, con una presencia modesta en medios de comunicación y en plataformas en línea.

Se necesita una estrategia de marketing más sólida y coordinada que destaque los atractivos culturales de la ciudad y llegue a un público más amplio, tanto a nivel nacional como internacional.

Participación comunitaria

Existe un nivel variable de participación comunitaria en la promoción y desarrollo del turismo cultural. Algunas iniciativas cuentan con el apoyo activo de la comunidad, mientras que otras enfrentan desafíos para involucrar a los residentes locales.

Fortalecer la participación comunitaria y la colaboración entre los diferentes actores locales es fundamental para el éxito a largo plazo del turismo cultural en Portoviejo.

Desafíos

Es importante que Portoviejo ofrezca una oferta más desarrollada y diversificada, además, que la falta de financiamiento puede limitar el crecimiento y la sostenibilidad del turismo cultural.

De acuerdo a la investigación de Ferrin, Sarduy y Nieves (2023), menciona que la ciudad de Portoviejo se encuentra limitada turísticamente por no tener una suficiente promoción de los atractivos culturales, por lo cual no presenta una oferta que posicione turísticamente a nivel nacional a la ciudad presentando así un escaso desarrollo turístico cultural.

Turismo y Cultura

La presencia de museos, centros culturales y otros espacios dedicados a la exhibición y promoción de la cultura contribuye al conocimiento y la apreciación de la identidad cultural de Portoviejo. Los guías turísticos bien informados y los tours que destacan aspectos culturales de Portoviejo ayudan a educar tanto a visitantes como a residentes sobre la rica herencia.

Análisis de la entrevista a Portadores de Saberes Ancestrales

¿Qué conoce usted sobre las manifestaciones culturales?: Las manifestaciones culturales son las expresiones que reflejan las creencias, tradiciones, valores y comportamientos de una comunidad o sociedad, ya que son parte vital de la identidad humana de una persona ya que expresa todo lo llega a la persona que sienta perteneciente a un lugar sobre todos los hechos que siente al pertenecer a un lugar. Las manifestaciones culturales abarcan una amplia gama de elementos y actividades turísticas que incluyen festividades, gastronomía, celebraciones, historia, literatura, artesanías y patrimonio cultural.

¿Cómo eran antes y como se manifestaban esas costumbres y culturas anteriormente en Portoviejo?: Se manifestaban a través de las fiestas de

tradicionales como las de San Pedro y San Pablo, la peregrinación de la Virgen de la Merced donde los devotos caminaban para pedir salud, buena fortuna y deseos para ellos y los demás allegados. Las costumbres y tradiciones que se daban en aquellos tiempos eran las danzas folclóricas, bailes de amorfinos, pasillos, música montubia, marimba, gastronomía como el viche, la tonga mientras que la artesanía el uso de los sombreros de paja toquilla y las representaciones a base del tallado de madera de la caña guadua eran representativas en nuestras costumbres, ahora con eso de la tecnología todo ha cambiado y se van perdiendo nuestras costumbres.

Análisis de la encuesta etnográfica a la población y visitantes

En cuanto a la existencia de actividad cultural que se desarrolla en Portoviejo, se dan a conocer que involucran a los amorfinos, bailes, gastronomía, peregrinaciones, etc. El cual son de gran atribución en el mismo tanto para el sector como para el turismo de la ciudad, es por ello que se indica en la siguiente pregunta sobre las costumbres y tradiciones de Portoviejo. Según los datos obtenidos de las 195 personas encuestas el 69 del 35 % se inclinaron por la gastronomía con un 35%, siendo la actividad que más se destaca en la ciudad de Portoviejo, ya que este tiene una inigualable sazón para los turistas e incluso los habitantes del sector.

Cabe resaltar, que incluso es importante considerar que las actividades turísticas juegan un rol significativo en el entorno turístico, generando empleos para las personas en el sector, a través, de los valores culturales, tradiciones, fiestas gastronomía y tradicionales, teatros e inclusive los modos de comportamientos que fortalecen a la identidad cultural del sector, a fin de contribuir en su desarrollo turístico. En donde también se determinó a través de la siguiente pregunta: al conjunto perteneciente a la identidad cultural que tiene el Portoviejo, realizada a 195 personas, en donde 80 personas se inclinaron por los valores culturales, el 29% se por los símbolos y el 9% por los modos de comportamiento, en el cual esto se da a conocer que la identidad cultural se desarrolla en sí por los valores culturales que se ofrecen en el cantón Portoviejo lo cual este permite conocer a mayor profundidad a través de los valores culturales que se van brindando ya sea a jóvenes, adultos o adultos mayores.

La finalidad, de que se la utilice en el desarrollo turístico es valiosa porque la actividad cultural o turística genera un ingreso económico, el cual, va mejorando el estilo de vida del sector, permitiendo que se genere el consumo local, a través, de actividades de ventas, emprendimientos culturales, cadenas de promoción de industrias, promoción de bienes y servicios locales, fortaleci-

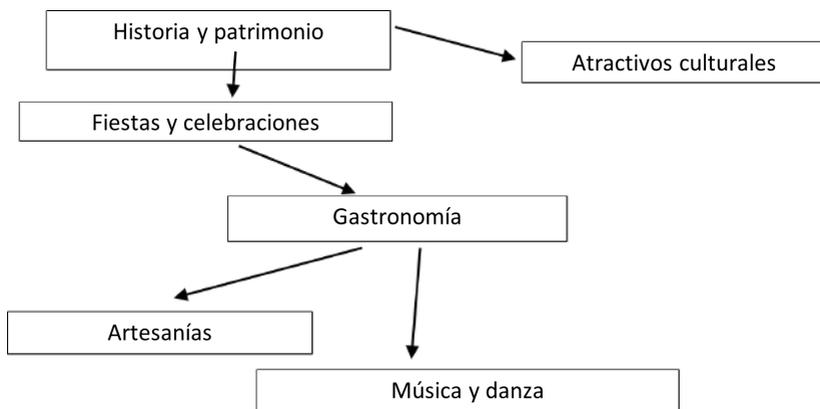
miento del proceso de transformación de la economía y a su vez superar las dificultades para el mejoramiento de las condiciones de vida del cantón de Portoviejo.

Además, se genera una nueva experiencia turística cultural, ya que se integran en una serie de conjuntos de elementos del patrimonio cultural, en donde, también se representan por las: Fiestas tradicionales, visita a zonas arqueológicas y paleontológicas, etc. Considerándose como un aporte esencial de los ingresos económicos por medio del gasto de los turistas en alojamiento, transporte, comida, entretenimiento, compras y otras actividades que generan un gasto adicional.

En cuanto al segundo objetivo identificar los aspectos claves de la cultura local de la ciudad de Portoviejo, fue fundamental ya que permitirá y ayudará a desarrollar el tercer objetivo de este estudio. Por lo tanto, los aspectos que más se destacan en la ciudad de Portoviejo son los siguientes:

Figura 12.

Aspectos claves para las actividades culturales turísticas.



Los aspectos claves anteriormente mencionados de la cultura local de la ciudad de Portoviejo son vitales ya que permiten preservar y fomentar la identidad cultural, la cohesión comunitaria, la innovación y la educación, además, que permite aprovechar programas que pueden llevar a un desarrollo sostenible y enriquecedor para la ciudad y sus habitantes

La identificación de la identidad cultural es un proceso dinámico que requiere una colaboración continua entre la comunidad, los investigadores, y las

autoridades, al reconocer y valorar los elementos distintivos de una cultura, se puede promover un desarrollo turístico, que solo atraiga a visitantes, sino que también fortalezca la cohesión social y el orgullo comunitario.

Los programas de identidad cultural son iniciativas diseñadas para promover, preservar y fortalecer los elementos distintivos que conforman la identidad de una comunidad, región o grupo cultural específico. Estos programas tienen como objetivo principal reconocer y valorar la diversidad cultural, así como fomentar un sentido de pertenencia y orgullo entre los miembros de la comunidad (Dávila, 2018).

De la misma manera, los programas de identidad cultural suelen ser implementados por gobiernos locales, organizadores no gubernamentales, instituciones culturales y líderes comunitarios. La colaboración entre estos actores es fundamental para asegurar una planificación efectiva, la asignación de recursos adecuados y la participación activa de la comunidad.

De este modo, se estableció un programa estratégico el cual permitirá fortalecer la identidad cultural de la ciudad de Portoviejo, el cual se basará en la investigación de Chica, Anchundia y Alcívar (2024), de esta manera se pretende buscar alternativas que beneficien al turismo cultural con actividades que preserven la valorización cultural y artística de Portoviejo.

Objetivo del programa

Preservar, promover y enriquecer la diversidad cultural y el patrimonio histórico de la ciudad de Portoviejo fortaleciendo así su identidad cultural única.

Componentes del programa

Investigación y diagnóstico cultural

Realizar un estudio exhaustivo de la cultura local incluyendo tradiciones, costumbres, historia, arte, música, gastronómica y manifestaciones culturales contemporáneas.

Participación comunitaria

Fomentar la participación activa de la comunidad en la planificación, implementación y evaluación del programa.

Actividades a realizar

Tabla 27.

Capacitaciones para fortalecer la identidad cultural de Portoviejo.

Talleres	Detalle
Taller 1. Atractivos culturales	Presentación de rutas turísticas que destaquen las principales atractivos culturales y sitios históricos de la ciudad
Taller 2. Gastronomía	Taller de cocina donde los participantes aprenderán a preparar platos típicos como el viche de pescado entre otros.
Taller 3. Artesanías	Aprender sobre los procesos de elaboración de productos artesanales de la ciudad
Taller 4. Festividades	Celebración de las fiestas emblemáticas y religiosas como la virgen del Carmen
Taller 5. Música y danza	Clases prácticas de música y danza tradicionales que representen a la ciudad

Promoción del evento cultural

En este caso, es importante crear sitios web y redes sociales que permitan la promoción de las actividades turísticas culturales de la ciudad de Portoviejo. Por lo tanto, organizar y promocionar los eventos culturales a lo largo del año, como festivales, ferias, exposiciones artísticas de arte y espectáculos destacaran la importancia y la diversidad del turismo cultura.

Implementación y evaluación

Implementación del programa

Establecer un equipo de coordinación encargado de supervisar la implementación del programa y coordinar las actividades entre los diferentes actores involucrados.

Evaluación del programa

Realizar evaluaciones periódicas para medir el impacto del programa en la preservación y promoción de la identidad cultural de la ciudad de Portoviejo.

La discusión sobre la identidad cultural y su aporte al desarrollo de la actividad turística en Portoviejo abarca varios aspectos clave, desde los beneficios económicos hasta los desafíos de la preservación cultural y la sostenibilidad. Por lo cual, uno de los argumentos más fuertes a favor de la integración de la identidad cultural en el turismo de Portoviejo es su potencial para gene-

rar ingresos y crear empleo. El turismo cultural atrae a un segmento específico de viajeros interesados en experiencias auténticas, lo que puede conducir a una mayor demanda de servicios locales. Esto incluye guías turísticos, alojamientos, restaurantes y tiendas de artesanías, lo que a su vez fomenta el emprendimiento y el crecimiento económico. La revitalización de mercados y la promoción de festivales y eventos culturales también pueden generar ingresos adicionales para la ciudad.

A través de la realización del diagnóstico del primer objetivo se pudo diagnosticar el nivel del conocimiento de la identidad cultural de la ciudad de Portoviejo, por lo cual se evidencia que las costumbres de Portoviejo se manifestaban en celebraciones tradicionales como las fiestas de San Pedro y San Pablo, la amenaza de la Virgen de la Merced, donde los fieles caminaban pidiendo salud, suerte, danzas folclóricas como las danzas de los amorfinos, música montubia como la marimba, gastronomía local como tongo, viche, artesanías, era muy reconocida la fabricación de sombreros de paja toquilla, la gente era muy religiosa, antes no se podía cocinar en Semana Santa, dejaban comida lista para esa semana, porque en esos días incluso se plantearon bañarse mal. Si bien el patrimonio cultural se considera identidad cultural, es más importante que tenga un símbolo, tradición o costumbre de la región que atraiga a nuevos turistas que gusten de la región religiosa, permitiendo restaurar su antigua identidad cultural.

Por tal motivo, el turismo basado en la identidad cultural puede servir como un catalizador para la conservación del patrimonio cultural de Portoviejo. La valorización y promoción de las tradiciones locales, como las festividades religiosas y la gastronomía típica, ayudan a mantener vivas estas prácticas. Además, los ingresos generados por el turismo pueden ser reinvertidos en la conservación de sitios históricos y en la promoción de actividades culturales. Sin embargo, existe el riesgo de que la comercialización excesiva de la cultura pueda llevar a su banalización o alteración, lo que podría comprometer su autenticidad.

Existen variables que rigen en obedecer las normas establecidas con la finalidad de brindar conciencia turística, para de esta manera determina el potencial turístico de los destinos mediante la identificación de las posibles actividades turísticas en los territorios. El patrimonio como factor creador de identidad es compatible con su valor como recurso turístico, combinando su valor de uso como marcador de memoria colectiva con su valor de mercado como producto cultural para venta. lo que permite convertirlo en] un factor de desarrollo que, la calidad de vida.

Los hallazgos obtenidos en el segundo objetivo permitieron identificar los aspectos claves de la identidad cultural con la finalidad de conocer las actividades turísticas culturales, para así determinar el potencial turístico cultural de Portoviejo, en este caso, se manifiesta que la identidad cultural preserva y valora las costumbres y tradiciones en las escuelas, promoviendo estas costumbres a través de programas de televisión, ofreciendo talleres donde los ciudadanos puedan conocer estas costumbres, brindando información a las nuevas generaciones, haciendo espectáculos virtuales donde se han hecho lugares turísticos y gastronomía.

Por lo tanto, se sabe que en la ciudad se puede incentivar el turismo cultural, con la finalidad de dar a conocer a los turistas la cultura de este lugar, mismo que permitirá generar ingresos y aumenta el empleo a los ciudadanos. Cabe señalar que incluso es importante considerar que las actividades turísticas desempeñan un papel importante en el entorno turístico y crean empleos para las personas en este campo, a través de valores culturales, tradiciones, comida y festivales tradicionales, teatros e incluso formas de turismo y comportamientos que fortalezcan la identidad cultural de la industria para promover el desarrollo turístico.

Melo (2020), afirma que los territorios ocupan lugar en la tierra, flora, fauna y la creación y expresión de los pueblos en los que habitaron: sus instituciones sociales, jurídicas y religiosas; en su lengua y cultura material, desde tiempos históricos tempranos, el patrimonio incluye posesiones tangibles e intangibles heredadas de sus antepasados. el entorno en el que vives; campos, pueblos y aldeas; tradiciones y creencias comunes; valores y religiosidad; forma de ver y adaptarse al mundo. Los hallazgos obtenidos han dado los siguientes resultados. Por eso también se hizo la pregunta: ¿crees que es importante desarrollar el turismo en Portoviejo o proteger la economía y salvar el medio ambiente? Si resulta que, de 195 personas, 108 decidieron presentarse en la feria, 48 decidieron a través de discusiones, 24 a través de folletos y 15 con otros reclamos, que la mayor concientización es la actividad turística que se realiza. Para proteger tanto la cultura como el medio ambiente se hace a través de ferias, porque son necesarias para darlo a conocer a cada viajero y miembro de una misma población.

De este modo García (2023), afirma que la destrucción de la ciudad es enorme, la pérdida de habitantes es dolorosa. No cabe duda de que el gran deseo de promocionar la ciudad "Portoviejo nace de ti" prevalece hoy más que nunca y que la activación del turista es fructífera con una planificación ritual, que ahora ofrece sí, se cumplen estándares de calidad, lo que lo eleva

.....

a un nivel internacional. nivel para ser competitivo con el mundo moderno y ofrece así un nuevo modelo de desarrollo turístico, diseñado en un nuevo modelo de crecimiento, organizado según estándares y parámetros reales, que permita el surgimiento de un destino turístico con suficientes atractivos y servicios. podría cumplir el requisito. En base a los hallazgos obtenidos podemos decir que Despertar el interés de los jóvenes por conocer la identidad cultural de nuestro sector a través de la integración familiar mediante la organización de diversos eventos culturales y gastronómicos.

La identidad cultural de Portoviejo tiene un potencial significativo para impulsar el desarrollo turístico y económico de la ciudad. Sin embargo, es crucial abordar este desarrollo de manera equilibrada y sostenible, asegurando que los beneficios económicos no comprometan la autenticidad cultural ni el bienestar de la comunidad local. La colaboración entre las autoridades locales, la comunidad, y los actores del sector turístico es fundamental para crear un turismo cultural que enriquezca tanto a los visitantes como a los residentes, promoviendo una apreciación mutua y una conservación efectiva del patrimonio cultural.

Por otra parte, la sostenibilidad es un aspecto crucial en el desarrollo del turismo cultural en Portoviejo. Es esencial implementar prácticas turísticas que respeten el medio ambiente y la cultura local. Esto incluye la gestión adecuada de los recursos naturales y la promoción de un turismo responsable que minimice el impacto negativo en la comunidad. La participación activa de la comunidad local en la planificación y gestión turística es fundamental para asegurar que el turismo beneficie a todos y no comprometa la integridad cultural y ambiental de la región.

En este contexto, un programa estratégico para fortalecer la identidad cultural de Portoviejo tiene el potencial de generar beneficios significativos para la comunidad, desde la preservación del patrimonio cultural hasta el desarrollo económico y el fomento del orgullo local. Sin embargo, su éxito depende de una planificación cuidadosa, una ejecución efectiva y la participación activa de todos los actores involucrados. Al adoptar un enfoque inclusivo y sostenible, Portoviejo puede convertirse en un ejemplo de cómo la cultura local puede ser un motor para el desarrollo integral y el bienestar de su población. Por lo cual, este tipo de programa no solo busca resguardar el patrimonio cultural, sino también fomentar el desarrollo socioeconómico y el orgullo comunitario.

Conclusiones

La identidad cultural juega un papel crucial en el desarrollo del turismo tanto a nivel global como en regiones específicas como Manabí. La promoción y preservación de tradiciones, costumbres, y patrimonio cultural no solo atraen a turistas interesados en experiencias auténticas, sino que también fortalecen la cohesión y el orgullo de las comunidades locales. El reto es implementar estrategias turísticas que mantengan la autenticidad y sostenibilidad, beneficiando tanto a los visitantes como a los residentes. En este contexto, Manabí puede destacarse como un destino único y enriquecedor, aprovechando su rica herencia cultural para impulsar su desarrollo turístico.

El estudio realizado en Portoviejo sobre la identidad cultural y su contribución al desarrollo turístico destaca la importancia de preservar las tradiciones y costumbres locales para enriquecer la experiencia turística. Se encontró que muchas personas desconocen su propia historia cultural y se centran en las nuevas tendencias globales, lo que puede afectar la identidad de la ciudad. Es crucial promover la participación de la comunidad en la conservación de su patrimonio cultural a través de eventos, rutas turísticas y la capacitación de guías. Solo así se podrá garantizar un turismo sostenible y enriquecedor que beneficie a todos. La identidad cultural es un tesoro invaluable que impulsa el desarrollo turístico y económico de Portoviejo.

La identidad cultural no solo juega un papel crucial en atraer turistas en busca de autenticidad y enriquecer la experiencia de visitantes, sino que también fortalece el tejido social y el orgullo comunitario. Sin embargo, para maximizar estos beneficios, es fundamental implementar estrategias turísticas que preserven la autenticidad cultural y promuevan la participación activa de la comunidad local en la conservación de su patrimonio.

Además, hemos discutido la importancia de programas estratégicos que no solo protejan el patrimonio cultural, sino que también promuevan la educación cultural, la sensibilización y el desarrollo económico sostenible. Estos programas deben ser inclusivos, considerando las necesidades y perspectivas de todos los grupos dentro de la comunidad, y deben abordar desafíos como la globalización cultural y la necesidad de financiamiento sostenible.

En conclusión, la identidad cultural no solo enriquece el atractivo turístico de una región como Portoviejo, sino que también puede ser un motor poderoso para su desarrollo económico y social. Al valorar y promover la diversidad cultural local de manera responsable y sostenible, se puede construir un futuro turístico que beneficie tanto a los habitantes locales como a los

visitantes, asegurando un crecimiento integral y respetuoso con el entorno cultural y natural.

Referencias Bibliográficas

- Chica Andrade, M. J., Anchundia Delgado, B. S. y Alcívar Vera, I. I. (2024). Identidad cultural y expresiones en el desarrollo del turismo de Peder-nales, Manabí. *Textos y Contextos*, 1(28). Recuperado de <https://revis-tadigital.uce.edu.ec/index.php/CONTEXTOS/article/view/5825/7274>
- Chunga Vallejos, Y. T. y Mogollón Arismendiz, M. M. (2018). *Fortalecimiento de la identidad cultural para el desarrollo de la actividad turísticas en el caserío de Bodegones, San José-Lambayeque*. [Tesis de Pregrado]. Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú.
- Dávila Capitán, Y. E. (2018). *Programa de fortalecimiento de la identidad cultural basado en los impactos socioculturales del turismo en el cen-tro poblado Huaca Rajada*. [Tesis de Pregrado]. Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú.
- Ferrin Morales, K. R., Sarduy González, M. y Nieves Pupo, S. (2023). El patri-monio cultural del cantón Portoviejo, en Manabí, Ecuador. Propuesta de valoración integral. *Cofín Habana*, 17(2). Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612023000200012
- García Mera, S. M. (2023). *Estrategias para la recuperación del patrimonio arquitectónico y urbanístico de Portoviejo*. [Tesis Doctoral]. Universidad de Alicante, España.
- Hormaza Muñoz, D. G. y Torres Rodríguez, R. M. (2020). El patrimonio cultural en los servicios turísticos de la provincia de Manabí, Ecuador. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 18(3), 385-400. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2020.18.027>
- López Mera, L., Plaza Macías, N., Ferrin Morales, K. R. y Sarduy González, M. (2019). El patrimonio cultural: una alternativa para generar ingresos propios en el cantón ecuatoriano Portoviejo. *Cofín La Habana*, 13(1)
- Melo Sea, D. (2020). Pérdida de identidad cultural: un retroceso para las co-munidades indígenas y, por ende, para el turismo. In *V Congreso Virtual Internacional Desarrollo Económico, Social y Empresarial en Iberoaméri-ca*. Universidad Autónoma de San Luis Potosí (pp. 947-956).

- Quispe Cayahuallpa, B. R., Yangali Vicente, J. S. y Cuba Carbajal, N. (2022). La identidad cultural en el fortalecimiento de la actividad turística del balneario de Cerro Azul, Perú. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 10(1). Recuperado de <http://www.dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/>
- Sarduay González, M. y Ferrin Morales, K. R. (2022). El patrimonio cultural en Portoviejo, Manabí. Ecuador. Marco normativo y situación actual. *Revista Cubana de Finanzas y Precios*, 6(1), 23-35
- Torres Oñate, F., Romero Fierro, J. y Viteri, M. F. (2018). Diversidad gastronómica y su aporte a la identidad cultural. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 21(4), 1-13. <https://doi.org/10.15198/seeci.2017.44.01-17>

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo XIII

Identificación de las manifestaciones culturales como potencial patrimonio cultural inmaterial: caso Pajan

AUTORES: Vanessa Teresa Santos Moreira; Aldry Joao Torres Pihuave;
Irving Armando Morales Ayón



SABEREC 5.0

Resumen

El presente trabajo de investigación abarca el entorno de las manifestaciones culturales de Paján, como elemento potencial del patrimonio inmaterial que representa una parte integral de la herencia cultural del cantón, estas manifestaciones como fiestas populares, festividades y prácticas tradicionales son una fuente de identidad y conexión con el pasado, permitiendo la transmisión de conocimientos y saberes ancestrales de generación en generación. En este sentido, el objetivo trata de determinar la valoración de las manifestaciones culturales como potencial patrimonio cultural inmaterial, por ello, la investigación tiene una metodología de campo que incluye la aplicación de métodos deductivo e inductivo, para esto se trabajó con una población de 420 personas, los resultados obtenidos a través de las técnicas como fichas del inventario del INPC, entrevistas y encuestas etnográficas permitió generalizar los resultados de la investigación ofreciendo la posibilidad de explicar las relaciones causales entre los conceptos para tomar conciencia y aprender a valorar los atributos del patrimonio cultural inmaterial del sitio involucrado.

Palabras claves: Patrimonio cultural inmaterial, valorar, potencial, manifestaciones culturales.

Abstract

The present research work covers the environment of the cultural manifestations of Paján, as a potential element of intangible heritage that represents an integral part of the cultural heritage of the canton, these manifestations such as popular festivals, festivities and traditional practices are a source of identity and connection with the past, allowing the transmission of ancestral knowledge and knowledge from generation to generation. In this sense, the objective is to determine the valuation of cultural manifestations as potential intangible cultural heritage, therefore, the research has a field methodology that includes the application of deductive and inductive methods, for this we worked with a population of 420 people, the results obtained through techniques such as INPC inventory sheets, interviews and ethnographic surveys allowed generalizing the results of the research, offering the possibility of explaining the causal relationships between the concepts to raise awareness and learn to value the attributes of heritage intangible cultural heritage of the site involved.

Keywords: intangible cultural heritage, value, potential, cultural manifestations.

Introducción

Actualmente, la conservación de las manifestaciones ha sido crucial para mantener viva la cultura y la identidad de un pueblo, por ello resulta importante proteger las manifestaciones a través de la detección de amenazas en la transmisión de conocimientos y saberes inherentes a la manifestación.

El presente trabajo tiene como objetivo determinar la valoración de las manifestaciones culturales como potencial patrimonio cultural inmaterial del cantón Paján. Una de las problemáticas actuales es que dichas potencialidades de patrimonio cultural inmaterial que posee no son valorizadas por entidades turísticas para diversificar la oferta turística existente y con ello ganar nuevos nichos de mercado que ayuden a incrementar de esta manera el número de turistas y visitantes. Es por esta razón que, surgen dudas significativas sobre cuál es la importancia de las manifestaciones culturales del patrimonio cultural inmaterial de un cantón. Por ello, el trabajo se enfocará en el estudio de la valoración de las manifestaciones culturales como potencial patrimonio cultural inmaterial del cantón Paján con la finalidad que pueda generar la importancia de valorarlas incitando a la actividad turística para que genere acciones económicas.

Además, el estudio está estructurado por una parte introductoria, seguida de la revisión de la literatura que comprende el aporte de autores que son necesarias para sustentar la investigación, asimismo se presenta la metodología aplicada al mismo, continuamente se da a conocer los resultados y discusión para que finalmente se presenten las conclusiones del artículo.

En concordancia con López et al. (2021), las manifestaciones culturales populares son formas de expresar costumbres, tradiciones y acciones cotidianas. Estas deben ser realizadas por un grupo importante de personas, que no es hegemónico, muchas veces no es parte de la cultura oficial y opera y se desarrolla al margen del poder político, económico y religioso, y no son raros los casos en los que su subsistencia se da haciendo frente a la hostilidad y agresividad de los sectores oficiales.

De acuerdo a lo antes citado, las manifestaciones culturales tienen un impacto directo en el desarrollo turístico local, puesto que, al promover la revalorización de patrimonio cultural inmaterial, se puede fomentar el turismo local y así poder aumentar la conciencia sobre la importancia que ésta tiene.

Por consiguiente, Solano (2024) manifiesta que los avances en ciencia y tecnología en el estado ecuatoriano pueden crear nuevas formas culturales; en algunos casos, esto podría verse como un proceso inevitable de acultura-

ción y, en otros, como una simbiosis necesaria para evolucionar como seres humanos. Por el contrario, es innegable que la sociedad ha sido impactada por este proceso, ya que se rompen costumbres, tradiciones, celebraciones y otras prácticas únicas de un lugar o región y se adoptan costumbres y tradiciones extranjeras que, en la mayoría de los casos, no aportan a la cultura local.

Es así que, los grupos sociales o comunidades tienen diferentes experiencias dependiendo del entorno en el que viven y de su propia historia, lo que hace que asignen diferentes significados a cada parte de la vida y configuren su rutina diaria de diferentes maneras. En un país tan diverso como Ecuador, las fiestas de cantonización son una oportunidad para celebrar y valorar la riqueza cultural de cada región. Estas festividades integran las diferentes expresiones artísticas, gastronómicas y lingüísticas presentes en cada cantón, fomentando el respeto y la apreciación por la diversidad.

Para Villacis et al. (2021), el pueblo manabita peregrina con todos los que están implicados en el mismo destino. Sienten la necesidad de reconocer las manifestaciones culturales y descubrir las raíces que las sustentan. Se evidencia que el pueblo y que dentro de él hay un mundo de concepciones, valores y realidades desde las que hay que seguir construyendo su destino inacabado. Las diversas culturas originarias al enfrentarse con los retos históricos han ido definiendo una manera de ser y estar en el mundo; se puede hablar de la conciencia de ser manabita.

Es por esta razón que, la cultura tradicional manabita es una cultura poco compleja, de expresiones primarias y manifestaciones simples y, en este sentido, permeable a la asimilación de nuevas culturas y necesitada de hacer permanentemente el ejercicio de adaptación a nuevas realidades para subsistir.

De acuerdo a De La Cruz y Cuba (2023) entender la conceptualización de patrimonio cultural inmaterial es sumergirse en un abanico de manifestaciones culturales que pertenecen a una nación y las distingue frente a diferentes grupos sociales, desde pequeñas narraciones orales hasta la diversidad en costumbres y festividades que se convierten en una tradición generacional, y a pesar del vínculo familiar, estas expresiones culturales se encuentran amenazadas por la constante innovación y desarrollo tecnológico que existe en la actualidad.

Por otra parte, Rodríguez y Rodríguez (2019) estiman que el uso de manifestaciones y expresiones artísticas en educación de niños, jóvenes o adultos, generalmente se limita a actividades eventuales y/o extraescolares; sin em-

bargo, puede ayudar en cualquier área de conocimiento en el desarrollo de procesos formativos tendientes a favorecer no sólo la sensibilidad y la creatividad, sino también, la conexión con la realidad y con los otros, la creación de espacios alternativos en los cuales se fomenten actitudes positivas para la vida, se propicie la visualización de metas y proyectos tanto individuales como colectivos.

Por consiguiente, la identidad o sentido de pertenencia de una colectividad o sector social tiene manifestaciones culturales como danza, música y festividades, entre otras, y se diferencian y expresan con mayor intensidad que aquellas que hacen parte de la cotidianidad, citado de Guzmán et al. (2019) éstas pueden darse a partir del patrimonio cultural donde las personas identifican sus rasgos distintivos y símbolos tradicionales directamente relacionados con su entorno físico y social, que a pesar de ser dinámico y cambiante, logra reconocimiento y apropiación de su memoria histórica.

Para Chica et al. (2024), al hablar de identidad cultural se hace referencia al *modus vivendi*, a los valores y tradiciones que han sido creadas por el hombre a causa de creencias o modos de comportamientos, que con el paso del tiempo son heredadas a través de las generaciones y terminan representando la identidad de un pueblo en la sociedad. La identidad cultural de un pueblo es un conjunto de tradiciones, creencias, ritos, leyendas, música, danza, artesanías, gastronomía y demás, que logran crear algo propio teniendo el poder de identificar a una cultura.

No obstante, en los últimos años se ha producido una apertura hacia el estudio de fenómenos culturales que se expresan a lo largo de la historia de la humanidad, entre otros aspectos, ha influido en los estudios de cultura política y en el desarrollo de la sociología hacia la religión, la cultura, y la economía.

En lo que respecta a Oviedo et al. (2023), la identidad propia de los pueblos define las manifestaciones culturales, la misma que se va formando en el transcurrir del tiempo, con participación de sus habitantes y que forma parte importante de su historia. Estas manifestaciones culturales forman parte de la vida cotidiana de las personas, siendo el símbolo de los pensamientos y recuerdos transmitidos de generación en generación.

No obstante, las manifestaciones culturales son la esencia de un pueblo. Trabajar por su rescate, conservación y difusión es crucial para que las nuevas generaciones se sientan orgullosas de sus raíces y la comunidad mantenga su espíritu de pertenencia.

Con respecto al objeto de estudio, Ruiz (2021), considera que los espacios públicos como espacios barriales de construcción de sociabilidad son los escenarios concretos de configuración de las demarcaciones individuales y colectivas de una comunidad. Así mismo, los espacios públicos son puntos de encuentro en donde los ciudadanos tienen los mismos derechos y las mismas condiciones, por lo que son un recurso esencial de la ciudad que permite la comunicación directa, la sociabilidad y la generación de procesos de identificación.

Es imprescindible que las calles son un reflejo directo de la identidad cultural de un cantón. Al mantenerlas en buen estado, se preserva la esencia de la comunidad y se evita la pérdida de su identidad. Las calles con características únicas, como la arquitectura tradicional o la decoración, son un testimonio vivo de la historia y la cultura del lugar. Al mejorar las calles, se garantiza que esta identidad cultural siga siendo visible y respetada.

Consecuentemente, el cantón Paján ha tenido cambios significativos, pero siendo realistas aún hay mucho por mejorar, empezando por el casco urbano del cantón mejorando la pavimentación de las calles que se encuentran en la zona urbana y rural, puesto que, en las zonas rurales la gastronomía sigue siendo uno de los elementos fundamentales que caracteriza a un manaba, y sobre todo a los habitantes del cantón Paján.

Para Santos et al. (2023), en los actuales tiempos el significado de patrimonio cultural ha evolucionado de una generalidad rigurosamente gigantesca, encaminada básicamente al patrimonio mueble e inmueble, a una proximidad que relaciona y valoriza, de igual forma, el patrimonio cultural inmaterial.

De esta manera, mantener vivo el patrimonio cultural de un cantón es clave para su desarrollo integral, pues fortalece la identidad, genera ingresos, cuida el ambiente, transmite saberes y crea oportunidades. Por eso es responsabilidad de autoridades y ciudadanos proteger y difundir este legado.

Según el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (2024), a través de los proyectos los proponentes diseñaron varias acciones o medidas desde las comunidades o grupos portadores dirigidas a garantizar la continuidad y vigencia del patrimonio cultural inmaterial propendiendo a que sea practicado por las generaciones actuales y venideras. Por ello, es importante conocer dichas medidas ya que se basan en las condiciones tanto materiales como simbólicas del patrimonio y comprenden la identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valoración, transmisión y revitalización.

En lo que respecta a la cultura del Ecuador Labrador (2021), menciona que existe una serie de danzas, bailes que resultan interesantes, las cuales son reconocidas y queridas a lo largo del territorio, representando fielmente lo que significa ser ecuatoriano, gran cantidad de manifestaciones culturales se identifican en las diferentes partes de nuestra tierra, las cuales forman una parte esencial en el estado ecuatoriano.

En un aporte de Ramos et al. (2022), la cultura organizacional es una herramienta de transformación para el cambio, imprescindible de ser gestionada, pues es la médula espinal para que toda organización, sin que importe su giro de negocio, oriente sus manifestaciones, conductas y comportamientos, más si el propósito es transformar las estructuras corporativas hacia un ambiente laboral, administrativo y productivo de paz.

Es por esta razón que, la cultura organizacional es fundamental para mantener la identidad y valores de un cantón. Como gobierno local, el municipio debe liderar y fomentar una cultura que refleje las tradiciones, costumbres y esencia de la comunidad. Esto permite preservar el sentido de pertenencia y orgullo de los ciudadanos por su cantón.

Metodología

La presente investigación tiene un tipo de estudio bibliográfico, puesto que a través de la literatura académica permitió conocer diferentes aportes investigativos que sustentan la investigación, también se empleó el método deductivo con enfoque cualitativo y exploratorio con enfoque cualitativo. Por consiguiente, se realizó un estudio etnográfico que comprende técnicas como fichas del inventario del (INPC, 2011), entrevistas, encuestas etnográficas donde se pudo conocer que una de las manifestaciones representativas del cantón son las fiestas de cantonización. Además, se utilizaron diferentes matrices que fueron realizadas en Excel y de esta manera dar más detalles de cada una de las manifestaciones para que sirvan como aporte al conocimiento de las personas que viven y que radican fuera del cantón.

La población del cantón Paján se constituye por 37. 073 habitantes, la muestra estuvo dirigida a 420 personas, fueron seleccionados de manera intencional para representar diferentes grupos y géneros. Los participantes fueron seleccionados mediante un proceso de selección basado en criterios de inclusión, como la edad y género.

Entrevistas: 5

Humberto Choez

Hungeria Cáceres Ávila

Mario Zambrano

Luis Castro Villamar

Benita Merchán Tomalá

Consideraciones éticas

Para garantizar la integridad y la confidencialidad de los participantes, se implementaron medidas éticas rigurosas. Los participantes no se vieron obligados a participar en el estudio, y se les permitió retirarse en cualquier momento. Se les aseguró que su participación no tendría efectos negativos en su vida personal o profesional.

Resultados

De acuerdo a los objetivos planteados, se lograron identificar las manifestaciones culturales dentro del estudio en el levantamiento de información del cantón Paján. A continuación, se presenta su denominación:

Fiesta de Cantonización

Fiestas en honor a la virgen de La Merced

Fiesta en honor a San Juan Bautista

Uso tradicional de la piedra de moler

Inventario del patrimonio inmaterial Cura del ojeado

Origen del nombre de Paján

Proceso de la paja Mocora

Uso de la caña guadua Paján

De acuerdo a los resultados del objetivo 2, que trata de un estudio etnográfico para definir la importancia de las manifestaciones culturales como potencial del patrimonio cultural inmaterial del cantón Paján, se realizó una encuesta con énfasis a las variables del estudio donde se procedió analizar los resultados que se obtuvieron en dicha técnica, las preguntas relevantes se detallan a continuación:

Tabla 28.

¿Qué manifestación cultural considera muy importante y representativa para la localidad?.

Rango	N° personas	Porcentaje
Fiesta de Cantonización	200	48%
Fiesta en Honor a la virgen de la Merced	150	36%
Fiesta en Honor a San Bautista	25	6%
Uso tradicional de la piedra de moler	8	2%
Cura del Ojeado	10	2%
Origen del nombre de Paján	8	2%
Proceso de la paja Mocora	10	2%
Uso de la caña Guadua Paján	9	2%
Total	420	100%

En esta pregunta los encuestados respondieron de la siguiente manera, se demostró que del 100%, el 48% considera muy importante y representativa para la localidad la Fiesta de cantonización, consecutivamente el 36% manifiesta que la fiesta en Honor a la virgen de la Merced, en cuanto al 6% ostenta sobre la fiesta en honor a San Bautista, por último el 2% menciona que es importante, el uso tradicional de la piedra de moler, cura de ojeado, origen del nombre Paján, proceso de la paja mocora y el uso de la caña guadua Paján.

Tabla 29.

¿Hace cuánto tiempo tiene conocimiento sobre la importancia de las manifestaciones culturales del cantón Paján?.

Rango	N° personas	Porcentaje
Menos 6 meses	20	5%
Hace 1 años	50	12%
Hace 2 años y más	150	36%
Desde pequeño/a	200	47%
Recién me entero.	0	0%
Total	420	100%

Fuente: Habitantes del cantón Paján

Se evidenció que del 100% de los encuestados el 47% conoce de las manifestaciones culturales que posee el cantón desde pequeño, mientras que el 36% tiene conocimiento hace 2 años y más, el 12% ostentó que hace un año, seguido del 5% con menos de 6 meses, finalizando con el 0% que recién

se entera, en lo que se dedujo que la mayoría tiene conocimiento de estas manifestaciones desde la temprana edad.

Tabla 30.

Según su criterio ¿Se debería declarar como patrimonio cultural inmaterial a las manifestaciones culturales que posee el cantón?

Rango	N° personas	Porcentaje
Si	420	100%
No	0	0%
Total	420	100%

Las respuestas de esta sección fueron exteriorizadas de la siguiente manera, el 100% de los encuestados comentaron estar de acuerdo con que se debería declarar como patrimonio cultural inmaterial a las manifestaciones culturales que posee el cantón Paján.

Tabla 31.

Valoración cualitativa.

Manifestaciones culturales inmateriales	Puesta en valor concluyente
Fiesta de cantonización	Valor social: se relaciona a las actividades sociales tradicionales, esto incluye la interacción social en la localidad para la fiesta, además tiene valor económico: porque fomenta la distribución óptima de los recursos que se encuentran en la localidad para adecuarlos a una necesidad.
Fiesta en honor a la virgen de la Merced	Valor social: se relaciona a las actividades sociales tradicionales, esto incluye la interacción social en la localidad para la fiesta, además tiene valor económico: porque fomenta la distribución óptima de los recursos que se encuentran en la localidad para adecuarlos a una necesidad.
Fiesta en Honor a San Juan Bautista	Valor social: se relaciona a las actividades sociales tradicionales, esto incluye la interacción social en la localidad para la fiesta, además tiene valor económico: porque fomenta la distribución óptima de los recursos que se encuentran en la localidad para adecuarlos a una necesidad.
Uso tradicional de la piedra de moler	Valor de originalidad: relacionado al estilo, periodo en cual se utilizaba la piedra de moler
Cura del Ojeado	Valor de identidad: está relacionado con los lazos emocionales de la sociedad

Origen del nombre de Paján	Valor educativo: porque hace conciencia sobre la historia y cultura que promueve un medio para integrar los bienes históricos del presente
Proceso de la Paja Mocora	Valor artístico: la importancia y la relevancia de su concepción y manufactura en términos estructurales y funcionales
Uso de la Caña guadua	Valor económico: fomenta la distribución y satisface necesidades

Para el resultado del objetivo 3, que trata de establecer la valoración de las manifestaciones culturales desde el enfoque EMIC, en lo que respecta esta propuesta, se ha optado por utilizar diferentes matrices como estrategias para que a través de su implementación sirvan como una herramienta valiosa para comprender mejor las realidades y significados que los individuos atribuyen a sus experiencias ya sea por medio del valor social, de identidad, educativo, artístico y económico para conservar el patrimonio cultural del cantón, ya que permite una comprensión profunda y participativa de la cultura local y su relación con el patrimonio cultural inmaterial.

Discusión

Por consiguiente, al cumplir con los objetivos de la investigación, se aplicaron métodos y técnicas para conocer a cabalidad lo que se pretende indagar en el objeto de estudio, se puede observar que, en la tabla 1 una de las manifestaciones más importantes en el cantón Paján son las fiestas de cantonización, puesto que, son una forma de preservar y transmitir la identidad cultural. A pesar de que no son valorizadas hay que tener en cuenta que estas celebraciones reúnen a la población local para honrar sus raíces, tradiciones y valores. A través de la música, la danza, la gastronomía, se fortalece el sentido de pertenencia y se fomenta el orgullo por la herencia cultural.

De acuerdo a Santos et al. (2023), las manifestaciones culturales representan un patrimonio cultural de un pueblo, es una importante memoria histórica que permite la formación y afianzamiento de la identidad de su sociedad. Por ello, la cultura de un determinado pueblo relaciona su historia con sus valores que a su vez forma lo que se llama un "patrimonio" el cual es la expresión que existe de la vinculación de la memoria histórica y la consecuente realidad del presente, lo que fomenta la apropiación social del conocimiento.

A través de la encuesta se pudo determinar que gran parte significativa de los ciudadanos que respondieron a la encuesta etnográfica tiene conocimiento que desde pequeños deben saber la importancia de las manifestacio-

nes culturales del cantón. Es necesario tener en cuenta que la valorización de las manifestaciones como potencial patrimonio cultural inmaterial se ve afectado por el poco interés de los habitantes.

Tal como lo manifiestan Salazar et al. (2021), la identidad cultural es lo que hace ricos a los pueblos de una nación, es por ello que el Estado y autoridades locales deben invertir en el rescate de su biodiversidad, cultura, tradiciones y gastronomía; se debe revalorizar el legado que dejan los antepasados y no permitir que se desvanezca lo que por derecho les pertenece.

Por ello, en el cantón Paján uno de los aspectos más valiosos de estas festividades es su capacidad para transmitir la cultura de generación en generación. Los mayores comparten sus conocimientos y experiencias con los más jóvenes, asegurando que las tradiciones se mantengan vivas y se adapten a los tiempos modernos. Esta transmisión intergeneracional es fundamental para preservar la identidad cultural y fortalecer los lazos comunitarios.

Por otra parte, en esta investigación fue necesaria la implementación de estrategias por medio de matrices como el EMIC, por ello, resulta importante la aplicación de dichas estrategias para dar a conocer de manera detallada información relacionada a cada manifestación cultural, es así que, los encuestados dieron su aporte en que se debería declarar como patrimonio cultural inmaterial a las manifestaciones culturales que posee el cantón Paján.

Para Castellano et al. (2019), considera necesaria la aplicación de estrategias para promover las prácticas culturales del Ecuador. Tras esa constatación surgía esta propuesta de investigación, que tuvo como objeto cubrir esa laguna existente para analizar la población y que tengan conocimiento de cómo promover la participación en las distintas manifestaciones culturales y artísticas de las localidades como proceso de formación como su aporte al contexto sociocultural.

En base a lo antes mencionado, al implementar estrategias las manifestaciones culturales tienen un impacto positivo en el desarrollo económico y turístico de los cantones, aunque es preciso reconocer lo significativo que tienen las manifestaciones culturales para los habitantes del cantón Paján viene dado por la pérdida de valor que se enfrente actualmente el cantón ya que varias manifestaciones culturales no son de interés para los habitantes causando así la desvalorización del mismo.

Conclusiones

Las costumbres y tradiciones del cantón Paján se definen bajo las fiestas que se realizan en honor a la cantonización, también es de suma importancia que la fe católica es la más significativa del cantón, por ello se realizan fiestas a la virgen de La Merced y al patrono San Juan Bautista, dicho nombre es denominado en el cantón como identificación del pueblo Pajanense, también es importante mencionar el tradicional de la piedra de moler, el inventario del patrimonio inmaterial Cura del ojeado, origen del nombre de Paján, proceso de la paja Mocora y el uso de la caña guadua Paján. Lo antes mencionado permite entender y respetar el valor inherente y cultural del cantón.

Al realizar dicho estudio, se logró conocer por medio de las encuestas etnográficas, las manifestaciones son una especie de cultura representativa para los habitantes del cantón Paján, que han sido transmitidas de generación en generación, por otra parte, se evidenció que las fiestas de cantonización es una de las más significativas del cantón, en aquellas fechas asisten varios turistas a celebrar la comunidad Pajanense lo cual promueve la economía local.

Al establecer la valoración de las manifestaciones culturales desde el enfoque EMIC, se determinó que, por medio de estrategias como las matrices de valoración, FODA, matriz de priorización, matriz de valores del patrimonio y la línea de tiempo han permitido generar una visión global de las manifestaciones culturales, lo que facilitan la toma de decisiones informadas para su conservación, promoción y desarrollo.

Referencias Bibliográficas

- Castellano, J., Fajardo, Á., Silva, M., y Viejo, B. (2019). El consumo de manifestaciones culturales y artísticas en los estudiantes del CEDFI, Cuenca (Ecuador). *Tsantsa. Revista de Investigaciones Artísticas*, 7, 213–218. <https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/tsantsa/article/view/2931>
- Chica, M., Anchundia, B., y Alcívar, I. (2024). Identidad cultural y expresiones en el desarrollo del turismo en Pedernales, Manabí. *Textos y Contextos*, 1(28). <https://doi.org/10.29166/TYC.V1I28.5825>
- De La Cruz, C., y Cuba, N. (2023). Importancia del patrimonio cultural inmaterial en el desarrollo turístico de la costa central del Perú. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 3. <https://doi.org/10.46377/DILEMAS.V10I3.3653>

- Guzmán, B., Parra, R., y Tarapuez, E. (2019). Identidad y manifestaciones culturales del departamento del Quindío en el contexto del paisaje cultural cafetero de Colombia. *Cuadernos de Turismo*, 44(44), 165–192. <https://doi.org/10.6018/TURISMO.44.404801>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2024). Revista PCI, Patrimonio Cultural Inmaterial. *Patrimonio Cultural Inmaterial*, 15. <https://revistas.patrimoniocultural.gob.ec/ojs/index.php/pci>
- Labrador, J. (2021). Revista Manifestaciones culturales. In *Contigocultura* (1st ed.). Labrador editorial C.A. https://issuu.com/joselabrador07/docs/link_revista_manifestaciones_cultur_83a005bf543a81
- López, M., Sandoval, M., Paredes, B., y Solórzano, Á. (2021). Aproximación taxonómica de manifestaciones culturales populares. *Polo Del Conocimiento*, 6(5), 601–615. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i5.2683>
- Oviedo, F., Solórzano, Á., y López, M. (2023). Estado del arte: Manifestaciones Culturales Populares en Ecuador. *Dominio de Las Ciencias*, 9(2). <https://doi.org/10.23857/DC.V9I2.3423>
- Ramos, D., Andrade, Á., y Uquillas, V. (2022). Gestión del núcleo ideológico y la cultura en las organizaciones: propuesta metodológica para la transformación cultural. *Revista de Cultura de Paz*, 6, 338–362. <https://doi.org/10.58508/CULTPAZ.V6.161>
- Rodríguez, F., y Rodríguez, M. (2019). Manifestaciones culturales y expresiones artísticas en educación: ventanas abiertas para la construcción axiológica y de ciudadanía. *Revista Ciencias de La Educación*, 29(54), 570–586. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7493444&info=resumen&idioma=SPA>
- Ruiz, V. (2021). Sociabilidad, manifestaciones culturales y conflicto [1]. *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 31(1), 125–137. <https://doi.org/10.15446/bitacora.v31n1.86807>
- Salazar, M., Pilaquinga, V., y Guerrero, C. (2021). La revalorización de la identidad cultural: Un análisis retrospectivo de las principales culturas del Ecuador. *Revista Scientific*, 6(21). <https://doi.org/10.29394/SCIENTIFIC.ISSN.2542-2987.2021.6.21.18.336-355>

- Santos, V., Espinoza, K., y Morales, I. (2023). Manifestaciones culturales como potencial patrimonio cultural inmaterial en Latinoamérica y Europa. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, 5(5). <https://doi.org/10.59169/PENTACIENCIAS.V5I5.829>
- Santos, V., Macías, H., y Chóez, M. (2023). Las costumbres y tradiciones como potencial patrimonio cultural inmaterial de la parroquia Sucre, cantón 24 de mayo. *Revista Científica Arbitrada de Investigación En Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR*, 6(12), 176–195. <https://doi.org/10.46296/RC.V6I12.0150>
- Solano, J. (2024). Manifestaciones de la cultura practicadas por los artistas de la provincia del Cañar. *Revista InveCom*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.10525084>
- Villacis, L., Espinoza, M., y Macías, J. (2021). La consonancia de la cultura montubia, para mantener las tradiciones de los pueblos manabitas. *Revista Centro Sur Editorial*, 5(1). <https://www.centrosureditorial.com/index.php/revista/article/view/100/286>

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo XIV

Valor cultural y jerarquización de los
atractivos turísticos en un destino
cultural y costero

AUTORES: Romina Stephania Saéñz Veliz; Madeline Patricia Sornoza Castro; Sonia Rosete Blandariz; Franklin Edmundo Pin Figueroa



SABEREC 5.0

Resumen

El estudio aborda la relación entre la población local, las actividades turísticas y los atractivos turísticos tradicionales en un destino cultural y costero. Se enfoca en identificar los atractivos turísticos, evaluar su importancia cultural y jerarquizarlos mediante una metodología que incluye inventarios, entrevistas y evaluación técnica. La jerarquización se basó en criterios como accesibilidad, servicios, y seguridad. Se reportaron 27 sitios de interés turísticos, con actividades turísticas como bañismo conservación, el snorkel y la observación de flora y fauna entre las más mencionadas. Los atractivos turísticos naturales de mayor valor cultural son Playa Los Frailes, Playa Machalilla, Islote Horno de Pan y Playa Ayampe. Sitios culturales como Área Arqueológica Agua Blanca y Museo Arqueológico Salango obtienen alta jerarquía, pero tienen los valores más bajos de importancia cultural, El estudio ofrece una visión completa de los atractivos turísticos locales, y su importancia cultural, brindando información crucial para la gestión y promoción turística futura en la región.

Palabras clave: Frecuencia de citación, frecuencia relativa, importancia cultural, valor cultural, valor de uso.

Abstract

The study addresses the relationship between the local population, tourist activities, and traditional tourist attractions in a coastal and cultural destination. It focuses on identifying tourist attractions, assessing their cultural importance, and hierarchizing them using a methodology that includes inventories, interviews, and technical evaluation. The hierarchization was based on criteria such as accessibility, services, conservation, and safety. A total of 27 sites of tourist interest were reported, with tourist activities such as swimming, snorkeling, and flora and fauna observation being among the most mentioned. The natural tourist attractions with the highest cultural value are Los Frailes Beach, Machalilla Beach, Pan de Azúcar Islet, and Ayampe Beach. Cultural sites such as the Agua Blanca Archaeological Area and the Salango Archaeological Museum rank high in hierarchy but have the lowest cultural importance values. The study provides a comprehensive overview of local tourist attractions and their cultural significance, offering crucial information for future tourism management and promotion in the region.

Keywords: Citation frequency, relative frequency, cultural importance, cultural value, value of use

Introducción

El valor cultural de los atractivos turísticos se refiere a la importancia y significado que tanto los lugares de interés turístico como las actividades asociadas tienen desde la perspectiva de la población local. Este valor incluye elementos como las prácticas culturales arraigadas en el destino, las tradiciones locales, la autenticidad de las experiencias ofrecidas y cómo estos aspectos contribuyen a la identidad y el sentido de pertenencia de la comunidad. Este aspecto es crucial para atraer turistas interesados en explorar la cultura y el estilo de vida locales, y es fundamental para comprender la autenticidad y singularidad de un destino turístico. Investigaciones previas, como las de Ryan y Aicken (2005) y Timothy (2011), han explorado diversas facetas, como la transformación de la cultura indígena en producto turístico, la colaboración efectiva entre la gestión del patrimonio cultural y el sector turístico para promover un turismo sostenible, y la interpretación del patrimonio cultural para los turistas, respectivamente.

Los destinos turísticos son elementos fundamentales en la industria del turismo, atrayendo la atención de visitantes y contribuyendo al desarrollo regional. La diversidad y calidad de estos puntos de interés están estrechamente relacionadas con el avance del turismo (Wang et al., 2020). A pesar de su diversidad y complejidad inherentes, diversas investigaciones, desde el análisis analítico de Pearce (1991), hasta la aplicación de métodos de procesamiento de lenguaje natural por Guerrero-Rodríguez et al. (2023), han proporcionado una comprensión integral de estos aspectos, subrayando su continua relevancia en la investigación turística.

Puerto López, ubicado en la costa ecuatoriana, es un destino cultural y costero que ha sido objeto de varias investigaciones turísticas, desde la evaluación del turismo de avistamiento de ballenas (Castro et al., 2022) hasta el estudio de la pesca artesanal de grandes pelágicos (Martínez-Ortiz et al., 2015). A pesar de la cantidad de estudios realizados, existe una notable falta de información sobre el valor cultural y la jerarquía de sus atractivos turísticos. Por tanto, esta investigación tiene como objetivo determinar el valor cultural y la jerarquización de dichos atractivos, destacando las principales actividades turísticas asociadas. Este análisis es crucial para mejorar la planificación turística y fomentar un desarrollo sostenible en la región, aprovechando de manera responsable y equilibrada su potencial turístico.

Metodología

Puerto López se encuentra al suroeste de la provincia de Manabí, entre los 01°10' y 01°40' de latitud sur y los 80°25' y 80°52' de longitud oeste, abarcando una superficie de 411,69 km² con aproximadamente 50 km de costa. El clima es semiárido cálido, con altas temperaturas y una temporada lluviosa moderada caracterizada por lluvias intensas pero breves. Las estaciones no son muy perceptibles debido a la ubicación ecuatorial, pero las corrientes de Humboldt (fría) y de El Niño (cálida) definen dos períodos climáticos: un invierno cálido y poco lluvioso de diciembre a junio, y un verano seco y más fresco de julio a noviembre. La temperatura anual promedio es de 23 °C, con marzo como el mes más cálido (25,1 °C) y septiembre como el más fresco (21,4 °C). Las precipitaciones varían notablemente, con 146 mm entre los meses más secos y húmedos, y la humedad relativa anual alcanza el 83,1%.

La población de Puerto López tiene raíces culturales diversas, incluyendo las culturas Machalilla, Valdivia, Chorrera, Engoroy, Bahía, Manteña y Guan-gula. Dado su acceso directo al mar, las principales actividades económicas y turísticas están ligadas al litoral y la pesca. Además, el cantón ofrece atractivos como el Parque Nacional Machalilla, museos arqueológicos, una rica tradición gastronómica, el comercio de artesanías, y otros puntos de interés. Estos elementos forman la base de la interacción de la comunidad con el turismo, experimentando tanto los beneficios como los desafíos que esta actividad conlleva.

Aprobación ética y consentimiento informado

El estudio fue aprobado por el Gobierno Autónomo Descentralizado y el Ministerio del Ambiente del Ecuador, obteniéndose el consentimiento informado de todos los participantes al inicio del estudio. El trabajo de campo se llevó a cabo de julio a septiembre de 2023, como parte del proyecto "Actitudes de la comunidad hacia el desarrollo del ecoturismo y la conservación ambiental en la reserva natural: un caso de las áreas protegidas de Manabí, Ecuador", financiado por la Universidad Estatal del Sur de Manabí.

Características demográficas de los participantes

Los participantes fueron seleccionados intencionalmente por su experiencia en el turismo local, en consulta con informantes clave (IC). Los turistas fueron seleccionados por su disponibilidad y accesibilidad, siguiendo recomendaciones de los informantes clave. Las discusiones incluyeron a informantes clave y empleados locales del sector turístico, con un total de 75 participantes, incluyendo 45 turistas y 30 residentes, entre los cuales 10 fueron

informantes clave. Las edades de los participantes oscilaron entre los 18 y los 72 años, siendo el grupo más numeroso el de 31 a 44 años.

Recolección y análisis de datos

La recolección de datos se basó en conocimientos tradicionales sobre los atractivos turísticos y sus actividades asociadas, utilizando métodos de etnociencias (Evaneshko y Kay, 1982; Morey y Luthans, 1984). Se recopilaron datos cualitativos y cuantitativos mediante entrevistas a informantes clave (IC) y turistas (T), discusiones de grupos focales (DGF), y caminatas de campo guiadas. Los participantes elaboraron listas de los atractivos turísticos y actividades asociadas en Puerto López, las cuales fueron priorizadas según el número de menciones. Además, se evaluaron criterios como accesibilidad, servicios, conservación, higiene y seguridad en los sitios visitados, obteniendo coordenadas geográficas para crear un mapa espacial.

Para analizar el valor cultural de los atractivos turísticos, se seleccionaron los cuatro más mencionados por cada informante clave (IC), y se jerarquizaron considerando todas las menciones de la población entrevistada. Durante todo el proceso, se aseguró la participación de la comunidad local para garantizar la inclusión de perspectivas locales y validar la información recolectada.

Los datos recolectados mediante informantes clave (IC) se analizaron utilizando estadística descriptiva con hojas de cálculo Excel y el software R (versión 4.1.0), utilizando el paquete 'ethnobotanyR' (De Cáceres et al., 2017) para evaluar el valor cultural de los atractivos turísticos. Se aplicaron varios indicadores como el informe de actividad turística por atractivo turístico (ATat), número de actividades turísticas por atractivo (NATat), frecuencia de citación por actividades turísticas (FCat), índice de importancia cultural (Icat), frecuencia de citación simple (FCSat), índice de importancia relativa (IRat) y valor cultural (VCat).

Los datos fueron organizados en columnas en Excel, registrando el número de IC y los nombres de los atractivos turísticos basados en los cuatro más mencionados por los IC. Las actividades turísticas asociadas se documentaron utilizando valores numéricos (0 y 1) para indicar su realización en cada atractivo. Se emplearon herramientas gráficas como gráficos de barras radiales con ggplot2 para visualizar la distribución de frecuencias de las actividades en cada atractivo, diagramas de cuerdas con circlize para mostrar las interacciones entre atractivos y actividades, y diagramas de flujo con ggaluval para representar las distribuciones de frecuencia entre actividades, IC y atractivos, proporcionando una visión detallada de los datos recolectados.

Para jerarquizar los atractivos turísticos, se utilizaron los criterios de evaluación establecidos por el Ministerio de Turismo de Ecuador en 2017. Cada atracción recibió un puntaje numérico entre 0 y 100, determinando su nivel de jerarquía correspondiente.

Resultados

El inventario realizado en Puerto López, Manabí, Ecuador, reveló 27 atractivos turísticos, siendo 24 de origen natural y 3 de carácter cultural. Estos puntos de interés están distribuidos geográficamente desde el nivel del mar hasta altitudes como el Bosque San Sebastián, que alcanza los 588 metros sobre el nivel del mar. Algunos, como las playas de Puerto López, Machalilla y Salango, están cercanos entre sí, mientras que otros se encuentran más dispersos. Esta distribución espacial es crucial para la planificación y accesibilidad turística, optimizando el uso de recursos y promoviendo el desarrollo sostenible del turismo local.

En contraste, González Ugarte *et al.* (2019), identificaron 53 destinos turísticos a lo largo del perfil costero ecuatoriano. La disparidad en el número de atractivos turísticos se debe a diferencias en criterios de inclusión y metodologías utilizadas en ambos estudios. Esta discrepancia destaca la necesidad de establecer criterios uniformes para la identificación y clasificación de destinos turísticos, facilitando comparaciones más precisas y contribuyendo a una planificación turística más eficiente y sostenible.

Las playas Los Frailes y Machalilla (Tabla 32) destacan por sus altos valores en múltiples indicadores, subrayando su importancia como destinos turísticos emblemáticos. Además de su belleza natural, poseen un significativo valor cultural, evidenciado por la alta frecuencia de citas y actividades turísticas. La presencia de sitios como Bosque El Sombrerito y Bosque Guayacán de los Monos resalta la riqueza natural y cultural del área, ofreciendo a los visitantes experiencias auténticas. Estos resultados enfatizan la necesidad de preservar y promover estos atractivos como parte integral del patrimonio cultural y natural de Puerto López, contribuyendo al desarrollo sostenible y al fortalecimiento de la identidad local.

Tabla 32.

Indicadores de los atractivos turísticos en Puerto López.

No.	Atractivo Turístico	AT _{at}	NA- T _{at}	FCat	Icat	FC- Sat	IRat	CVat
1	Playa Los Frailes	19	6	4	1.9	0.4	0.833	0.380
2	Playa Machalilla	14	9	2	1.4	0.2	0.750	0.210
3	Islote Horno de Pan	11	7	2	1.1	0.2	0.639	0.128
4	Playa Ayampe	10	6	2	1.0	0.2	0.583	0.100
5	Bosque Guayacán de los Monos	8	4	3	0.8	0.3	0.597	0.080
6	Playa Puerto López	9	9	1	0.9	0.1	0.625	0.068
7	Bosque El Sombrero	9	3	3	0.9	0.3	0.542	0.068
8	Isla Salango	7	7	1	0.7	0.1	0.514	0.041
9	Playa Salango	6	6	1	0.6	0.1	0.458	0.030
10	Bosque El Rocío	6	3	2	0.6	0.2	0.417	0.030
11	Islote La Viuda	4	4	1	0.4	0.1	0.347	0.013
12	Islote Pedernales	4	4	1	0.4	0.1	0.347	0.013
13	Islote Los Ahorcados	3	2	2	0.3	0.2	0.361	0.010
14	Bosque Bola de Oro	3	3	1	0.3	0.1	0.292	0.007
15	Bosque Húmedo las Góteras	3	3	1	0.3	0.1	0.292	0.007
16	Bosque San Sebastián	3	3	1	0.3	0.1	0.292	0.007
17	Islote Sucre	3	3	1	0.3	0.1	0.292	0.007
18	La Playita	3	3	1	0.3	0.1	0.292	0.007
19	Playa las Tunas	3	3	1	0.3	0.1	0.292	0.007
20	Playa Pueblo Nuevo	3	3	1	0.3	0.1	0.292	0.007
21	Playa Salaite	3	3	1	0.3	0.1	0.292	0.007
22	Casa Hacienda La Tropical	2	2	1	0.2	0.1	0.236	0.003
23	Playa dorada	2	2	1	0.2	0.1	0.236	0.003
24	Museo arqueológico de Salango	2	1	2	0.2	0.2	0.306	0.003
25	Área arqueológica de Agua Blanca	1	1	1	0.1	0.1	0.181	0.001
26	Laguna de azufre	1	1	1	0.1	0.1	0.181	0.001
27	Playa Río Chico	1	1	1	0.1	0.1	0.181	0.001

Nota. Informe de Actividad Turística por Atractivo Turístico (AT_{at}), Número de Actividades Turísticas por Atractivo Turístico (NAT_{at}), Frecuencia de Citación

por Actividades Turísticas (FCat), Índice de Importancia Cultural del Atractivo Turístico (Icat), Frecuencia de Citación Simple del Atractivo Turístico (FCSat), Índice de Importancia Relativa (IRat) y el Valor Cultural (VCat).

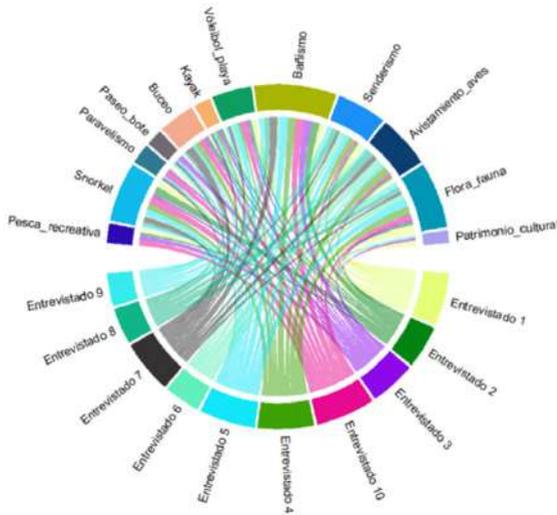
Los Frailes es el atractivo turístico más mencionado por los informantes clave (IC), con 19 menciones, seguida por Playa Machalilla, Playa Ayampe, Bosque El Sombrerito y Playa Puerto López. Playa Machalilla y Playa Puerto López ofrecen la mayor diversidad de actividades turísticas, con 9 actividades cada una. Otros sitios importantes incluyen Isla de la Plata e Isla Salango, con 7 actividades cada uno, y Playa Ayampe, Playa Los Frailes y Playa Salango, con 6 actividades cada uno. Bosques e islotes como Bosque Guayacán de los Monos, Islote Horno de Pan e Islote La Viuda tienen 4 actividades cada uno. En cuanto a la frecuencia de citación, Playa Los Frailes lidera con 4 menciones, seguida por Bosque Guayacán de los Monos y Bosque El Sombrerito, con 3 menciones cada uno. Otros sitios como Bosque El Rocío, Islote Los Ahorcados, Museo Arqueológico de Salango, Playa Ayampe y Playa Machalilla tienen 2 menciones cada uno.

En términos de importancia cultural, Playa Los Frailes se destaca con un índice de 1.9, seguida por Playa Machalilla (1.4) y Playa Ayampe (1.0). Otros sitios relevantes incluyen Bosque El Sombrerito, Playa Puerto López y Bosque Guayacán de los Monos. Atractivos como Isla Salango e Isla de la Plata presentan índices de importancia cultural entre 0.4 y 0.1. Estos resultados resaltan la diversidad y distribución de la importancia cultural en los atractivos turísticos de la región. En contraste, sitios como Área Arqueológica de Agua Blanca, Laguna de Azufre y Playa Río Chico muestran menor coherencia en las menciones, indicando una falta de consenso sobre su relevancia cultural.

Los informantes clave (IC) 1, 7 y 10 destacan por mencionar el mayor número de actividades turísticas. Las más mencionadas son bañismo, snorkel y observación de flora y fauna (Figura 1), lo que subraya su importancia y popularidad dentro de la comunidad. Esto demuestra que son actividades ampliamente disfrutadas y valoradas en el contexto turístico del área de estudio.

Figura 13.

Distribución de las actividades turísticas con relación a los informantes claves (IC).



Se muestran las 12 actividades turísticas (mitad superior) relacionadas con cada uno de los 10 informantes claves (IC) (mitad inferior).

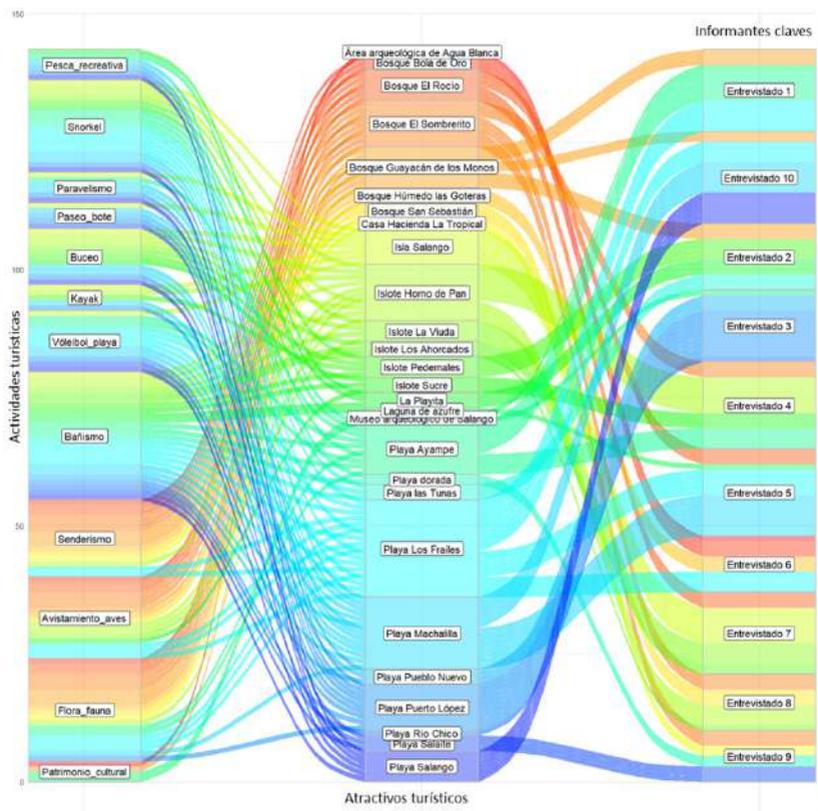
El análisis del consenso entre informantes revela que Playa Los Frailes se destaca con un índice de importancia cultural de 1.9, seguida por Playa Machalilla y Playa Ayampe. Estos sitios lideran en menciones y reflejan una alta actividad turística. Playa Los Frailes emerge como el principal atractivo, con un índice de importancia relativa de 0.833 y un valor cultural de 0.380, sugiriendo una actividad turística significativamente superior en comparación con otros destinos. Sus actividades turísticas son específicas y no se superponen con las de otros atractivos, resaltando su singularidad.

En cuanto a actividades, el bañismo es la más mencionada, realizándose en 25 atractivos turísticos. Le sigue la observación de flora y fauna en 20 atractivos. Otras actividades populares incluyen snorkel (18), avistamiento de aves (16), senderismo (15), voleibol de playa (12), buceo (11), pesca recreativa (6), paravelismo (6), paseos en bote (5), kayak (5) y visitas a zonas de patrimonio cultural (4) (Figura 13). Estos resultados reflejan la diversidad de actividades que enriquecen la experiencia turística en los distintos destinos culturales y costeros.

denia y una más angosta, menor coincidencia. Del mismo modo, la anchura de las líneas que conectan los reportes por informante clave muestra la variedad de actividades mencionadas: una línea más ancha representa una mayor variedad de actividades y una más angosta, menos actividades mencionadas.

Figura 15.

Distribución entre las actividades turísticas, los atractivos turísticos y los informantes claves.



Se muestran los 143 informes para cada una de las 12 actividades turísticas (izquierda) relacionadas con cada uno de los 27 atractivos turísticos (centro) y cada uno de los 10 informantes claves o expertos (derecha).

Los sitios como Playa Puerto López, Playa Los Frailes, el Área Arqueológica Agua Blanca y el Museo Arqueológico Salango alcanzan una jerarquía III, destacándose por su accesibilidad, estado de conservación y variedad de

actividades. Otros atractivos, como Playa Salaité y Playa Río Chico, se ubican en la jerarquía II debido a puntuaciones más bajas en higiene, seguridad, difusión y registro de visitantes. Este análisis resalta la importancia de mejorar la difusión y los servicios turísticos para elevar la valoración de estos sitios.

Playa Los Frailes y Playa Machalilla son los destinos turísticos más valorados, con altos puntajes en belleza natural, biodiversidad, accesibilidad, servicios y actividades turísticas. Apreciadas por locales y visitantes, estas playas ofrecen bañismo, senderismo, avistamiento de aves y snorkel.

La valoración cultural de Playa Los Frailes y Playa Machalilla, evidenciada por altos valores de Icat y CVat, subraya su relevancia tanto como destinos turísticos como componentes del patrimonio cultural regional. Playa Los Frailes, con una puntuación total de 69 (Jerarquía III), se destaca en accesibilidad, conservación y actividades. Playa Machalilla (Jerarquía II) obtiene 49.8 puntos, sobresaliendo en conservación y regulaciones, pero con debilidades en infraestructura y difusión.

Playa Puerto López, clasificada en la jerarquía III, obtiene una puntuación total de 61.4, destacándose en accesibilidad y conservación, pero con deficiencias en difusión y registro de visitantes. Ofrece una variedad de actividades turísticas, con un Icat de 0.9 que refleja su alta relevancia cultural, aunque su FCSat de 0.1 sugiere un reconocimiento limitado. El IRat de 0.625 y el VCat de 0.068 destacan su importancia, aunque hay margen para mejorar su visibilidad regional.

Otros atractivos como Playa Salango, Playa Ayampe, Playa Las Tunas, Playa Pueblo Nuevo, Playa Salaité, Playa Dorada y Playa Río Chico, clasificados en la jerarquía II, presentan altos puntajes en conservación y políticas, pero debilidades en infraestructura y ausencia de registros de visitantes, limitando su capacidad para gestionar la afluencia turística. La Casa Hacienda La Tropical y el Museo Arqueológico de Salango, aunque con altos valores jerárquicos, tienen índices de valor cultural bajos. Estos resultados destacan la necesidad de mayor promoción y valorización para fortalecer su relevancia cultural y su contribución al patrimonio regional.

Este estudio tuvo dos objetivos principales: determinar el valor cultural y jerarquizar los atractivos turísticos en un destino costero natural y cultural. Se recopiló y analizó información sobre la actividad turística, incluyendo la cantidad y diversidad de actividades disponibles, la frecuencia de mención de estas actividades y su importancia cultural. Los resultados se compararon con investigaciones previas, como las de Dann (1981) y Urry (1990), que destacan

el valor cultural de los atractivos turísticos en satisfacer necesidades de significado y autenticidad, y el turismo como un acto de consumo. Richards (2018), también enfatiza la importancia del valor cultural para el desarrollo sostenible de los destinos. Este estudio aporta a la literatura al identificar el valor cultural en un contexto costero.

El segundo objetivo fue la jerarquización de los atractivos. Los resultados indican que el valor cultural y su jerarquización son predictores clave de la satisfacción turística en destinos naturales costeros. Morgan et al. (2011), argumentan que la clasificación jerárquica es crucial para una gestión y una marca de destino efectivas, ayudando a priorizar recursos y esfuerzos de marketing. Este estudio confirma que la jerarquización es clave para asignar recursos en destinos costeros, resaltando la importancia de mejorar la difusión y los servicios turísticos para elevar la jerarquía y el atractivo de los sitios con menor valoración.

Estos hallazgos son valiosos para gestores del sector turístico, prestadores de servicios y la comunidad de Puerto López, permitiéndoles desarrollar productos turísticos alineados con los atractivos y sus actividades. Se recomienda incrementar el componente cultural mediante la organización de actividades diversas, como eventos en la playa, talleres de deportes acuáticos, festivales culturales y concursos. Mejorar los servicios turísticos, la infraestructura, la difusión de los atractivos y la atención al cliente es esencial para hacer las visitas más agradables. Además, se sugiere organizar eventos en establecimientos de alimentos y bebidas, y talleres de artesanía y gastronomía local. Promocionar avistamientos de flora y fauna y programas de educación ambiental también es fundamental para sensibilizar a los turistas sobre la importancia de proteger los entornos naturales y costeros. Estas estrategias contribuirán a mejorar la oferta turística en Puerto López y promoverán un desarrollo turístico más sostenible y beneficioso para la comunidad local.

Conclusiones

El estudio destaca la relevancia de 27 atractivos turísticos en Puerto López. Playa Los Frailes, Playa Machalilla y Playa Ayampe sobresalen por su belleza natural, biodiversidad y servicios, reflejando altos puntajes en diversos índices de evaluación. Su fácil acceso y variedad de actividades los hacen atractivos para numerosos visitantes, y su valoración cultural por la comunidad local resalta su importancia como patrimonio regional.

Sitios como el Área Arqueológica de Agua Blanca, la Laguna de Azufre y Playa Río Chico tienen un índice de importancia cultural bajo, reflejando una

menor coherencia en las menciones por parte de los informantes clave. Esto puede deberse a la falta de conocimiento o conexión emocional con estos lugares.

Agradecimientos: Agradecemos al Gobierno Autónomo Descentralizado de Puerto López y al Ministerio del Ambiente del Ecuador por la aprobación del estudio. Expresamos nuestra gratitud a todos los participantes por su consentimiento informado al inicio de la intervención en el área. Este estudio de campo, financiado por el proyecto "Actitudes de la comunidad hacia el desarrollo del ecoturismo y la conservación ambiental en la reserva natural: un caso de las áreas protegidas de Manabí, Ecuador" de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, se llevó a cabo de julio a septiembre de 2023.

Referencias Bibliográficas

- Castro, C., Castrillón, J., y Gómez, W. (2022). El turismo de avistamiento de ballenas como motor de desarrollo socioeconómico en Puerto López, Parque Nacional Machalilla, Manabí, Ecuador. *Mammalia aequatorialis*, 4, 67-80. <https://doi.org/10.59763/mam.aeq.v4i.51>
- Dann, G. M. S. (1981). *The Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective*. CAB International. Reino Unido.
- De Cáceres, M., Legendre, P., Wiser, S. K., y Brotons, L. (2012). Using species combinations in indicator value analyses. *Methods in Ecology and Evolution*, 3(6), 973-982. <https://doi.org/10.1111/j.2041-210X.2012.00246.x>
- Evaneshko, V., y Kay, M. A. (1982). The ethnoscience research technique. *Western Journal of Nursing Research*, 4(1), 49-64. <https://doi.org/10.1177/019394598200400105>
- González Ugarte C. A., Pibaque Pionce, M. S., y Ayón Villafuerte, L. S. (2019). Los atractivos turísticos y su impacto en el perfil costero de Manabí - Ecuador. *SATHIRI*, 14(1), 174-185. <https://doi.org/10.32645/13906925.814>
- Guerrero-Rodríguez, R., Álvarez-Carmona, M. Á., Aranda, R., y López-Monroy, A. P. (2023). Studying online travel reviews related to tourist attractions using nlp methods: the case of guanajuato, mexico. *Current issues in tourism*, 26(2), 289-304. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.2007227>
- Martínez-Ortiz J, Aires-da-Silva AM, Lennert-Cody CE, y Maunder MN (2015) The Ecuadorian Artisanal Fishery for Large Pelagics: Species Composition and Spatio-Temporal Dynamics. *Plos ONE*, 10(8): e0135136. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0135136>

- Morey N. C. Y Luthans F. (1984). An Emic Perspective and Ethnoscience Methods for Organizational *Academy of Management Review*, 9(1): 27-36, <https://doi.org/10.5465/amr.1984.4277836>
- Morgan, N., Pritchard, A. Y Pride R. (2011). Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition. Butterworth-Heinemann Ltd.
- Pearce, P. L. (1991). Analysing tourist attractions. *Journal of tourism studies*, 2(1), 46-55. <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/full/10.5555/19921897578>
- Richards G. (2018). Cultural Tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36: 12-21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Ryan, C., y Aicken, M. (Eds.). (2005). Indigenous tourism: The commodification and management of culture. Elsevier Ltd.
- Timothy, D. J. (2011). Cultural Heritage and Tourism: An Introduction. *Channel View Publications*.
- Urry J. (1990). The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies. London, SAGE.
- Wang, T., Wang, L., y Ning, Z. Z. (2020). Spatial pattern of tourist attractions and its influencing factors in China. *Journal of Spatial Science*, 65(2), 327-344. <https://doi.org/10.1080/14498596.2018.1494058>

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo XV

Saberes ancestrales y su importancia
en la identidad cultural de la
parroquia Sucre de 24 de Mayo

AUTORES: Libia Soledad Ayón Villafuerte; Milenka Nicole Álava Zambrano



SABEREC 5.0

Resumen

El proyecto se enfoca en analizar los saberes ancestrales y su relevancia en la identidad cultural de la parroquia Sucre en 24 de Mayo. Se empleó una metodología inductiva, partiendo de observaciones y la investigación de eventos reales para obtener información sobre los conocimientos transmitidos desde generaciones antiguas. A su vez, se utilizó el método deductivo para validar el razonamiento lógico, analizando conocimientos desde argumentos generales con la colaboración de la población a través de encuestas. El análisis documental se basó en revisión bibliográfica, sitios web y citas textuales, proporcionando teorías e interpretaciones para diseñar la investigación. Se aplicó también el enfoque etnográfico para entender las creencias y tradiciones, contribuyendo a la preservación de los saberes ancestrales en futuras generaciones. Las técnicas incluyeron encuestas estandarizadas para recopilar datos estadísticos y obtener respuestas reales de la población. La observación permitió identificar directamente los saberes ancestrales y su importancia. Se aplicaron entrevistas semiestructuradas para obtener información local y del departamento de turismo; además, la matriz FODA, permitió identificar la falta de promoción cultural como debilidad y la asistencia mayoritaria de adultos a eventos culturales como amenaza. El resultado de la encuesta destacó la manifestación cultural de San Ignacio de Loyola y en gastronomía el hornado de cerdo y elaboración de alfeñique y panela, se utilizó fichas de inventario para evidenciar el estado actual de conocimientos hereditarios. Se concluye en implementar estrategias de desarrollo cultural fortalecerá los saberes ancestrales y la identidad cultural, recomendando procesos colaborativos, participación e implementación de programas educativos.

Palabras clave: turismo vivencial, manifestaciones culturales, identidad cultural, desarrollo local, herencia cultural.

Abstract

This project focuses on analyzing ancestral knowledge and its relevance to the cultural identity of the Sucre in 24 de Mayo. An inductive methodology was employed, by starting with observations and the investigation of real events to gather information about knowledge passed down through ancient generations. Additionally, the deductive method was used to validate logical reasoning, analyzing knowledge from general arguments with the collaboration of the population through surveys. Documentary analysis relied on a review of literature, websites, and textual citations, providing theories and interpretations to design the research. The ethnographic approach was also applied to

understand beliefs and traditions, contributing to the preservation of ancestral knowledge for future generations. Techniques included standardized surveys to collect statistical data and obtain real responses from the population. Observation allowed for the direct identification of ancestral knowledge and its significance. Semi-structured interviews were conducted to gather information from the local population and the tourism department. Furthermore, the SWOT analysis identified a lack of cultural promotion as a weakness and the predominant attendance of adults at cultural events as a threat. Survey results highlighted the cultural expression of San Isidro de Loyola, with notable gastronomy such as roast pork and the production of alfeñique and panela. Inventory sheets were used to demonstrate the current state of inherited knowledge. It is proposed to implement cultural development strategies that will strengthen ancestral knowledge and cultural identity, recommending collaborative processes, active participation and implementation of educational programs.

Keywords: ancestral knowledge, cultural expressions, cultural identity.

Introducción

A nivel internacional los saberes ancestrales también han sufrido una desvalorización, claro ejemplo ha sido Bolivia que sufrió un impacto negativo en la identidad cultural de los pueblos, en la investigación de Rivera (2020), se pudo determinar que es de gran importancia que exista una revalorización de los saberes ancestrales porque de esta manera se fortalece la identidad cultural y resistencia frente a la globalización.

En Ecuador, de acuerdo con Carranza et al. (2020), las razones detrás de la pérdida de los saberes ancestrales varían según la región y están influenciadas por cambios ambientales, socioeconómicos y culturales que ocurren en distintas comunidades debido a la globalización. Además, Sánchez destaca la necesidad urgente de revalorizar y reconocer estos saberes no solo como patrimonio cultural, sino también como una fuente vital de conocimientos y prácticas que pueden ayudar a abordar los desafíos contemporáneos.

De la Torre (2015), menciona cómo la identidad costeña en Ecuador ha sido históricamente menospreciada, marginalizada y desvalorizada los saberes ancestrales y que no solo afecta la preservación de estos conocimientos vitales para las comunidades locales, sino que también tiene implicaciones profundas en la identidad cultural y en la autonomía de los pueblos indígenas y afrodescendientes que los poseen. Los saberes ancestrales en la Parroquia Sucre de 24 de Mayo encapsulan conocimientos transmitidos de generación en generación que reflejan la identidad cultural arraigada en esta comunidad

(De la Torre, 2015). Ruíz (2020), señala en su investigación que la preservación de saberes ancestrales desempeña un papel fundamental en la construcción y mantenimiento de la identidad cultural de comunidades específicas. La Parroquia Sucre de 24 de Mayo, ubicado en la provincia de Manabí, se distingue por la riqueza de sus manifestaciones culturales, siendo el evento de San Ignacio de Loyola uno de los pilares fundamentales.

Además de las festividades religiosas, la Parroquia Sucre destaca por su variada gastronomía, que constituye otra faceta esencial de su identidad cultural. El hornado de cerdo, la tonga, las panelas y los alfeñiques son ejemplos representativos de la exquisita comida tradicional que se preserva y comparte en la comunidad. En conjunto, estas manifestaciones culturales contribuyen a forjar la identidad única y arraigada de la Parroquia Sucre, destacando la importancia de preservar y valorar estas expresiones que moldean la vida cotidiana y las celebraciones de la comunidad. No obstante, en los últimos tiempos, se ha observado una creciente desvalorización de estos conocimientos ancestrales, lo que amenaza con debilitar la identidad cultural arraigada en las tradiciones y prácticas transmitidas de generación en generación.

En este contexto, la presente investigación se enfoca en analizar los saberes ancestrales y la importancia en la identidad cultural de la Parroquia Sucre de 24 de Mayo, destacando la riqueza y singularidad de las tradiciones arraigadas en esta comunidad. Para alcanzar este propósito, se emplearon métodos de investigación tanto deductivos como inductivos, así como el análisis documental para comprender el contexto histórico y cultural. Además, se utilizaron técnicas como entrevistas, encuestas y fichas de inventarios para recopilar información valiosa directamente de la comunidad, permitiendo un enfoque participativo, colaborativo y la aplicación de herramientas como el análisis DAFO. Los resultados obtenidos mediante estas metodologías indican la percepción compartida por la comunidad sobre la importancia de preservar los saberes ancestrales. Estos resultados no solo respaldan la relevancia de abordar el problema identificado, sino que también proporcionan perspectivas valiosas que serán fundamentales para diseñar estrategias específicas y adaptadas a las necesidades de la comunidad.

El proyecto de investigación busca no solo identificar y comprender la desvalorización de los saberes ancestrales en la Parroquia Sucre, sino también proponer soluciones prácticas y aplicables que contribuyan a preservar y fortalecer la identidad cultural, promoviendo así la continuidad de las tradiciones y la cohesión comunitaria.

Metodología

Figura 16.

Identificar los saberes ancestrales de la parroquia Sucre de 24 de Mayo.

FICHA DE REGISTRO DE LOS SABERES ANCESTRALES						
Nombre	Descripción	Categoría	Tipo	Subtipo	Estado de conservación	Jerarquía
	Son las de mayor renjice, por su tradición de convocatoria a personas que son creyente católico	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Fiesta Religiosa	Conservado	II
	Consiste en dirigirse hacia la cruz del cerro la gloria y justo a las 19: 00 pm descender con antorchas y linternas para así llegar al punto de la plaza del centro de la ciudad.	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Fiesta Religiosa	Conservado	II
	Se elaboran los diferentes tipos de alfeñiques, conocer este saber es de vital importancia por lo cual ayuda a mantener viva la tradición y fortalecer la identidad cultural a futuras generaciones.	Manifesteración cultural	Comestible	Arte comestible	Moderado	II
	Atribuye en la creencia cultural y también en el valor que aporta dándole mejora a adultos/niños misms que para muchas personas contribuyen en su identidad cultural y religión espiritual	Manifesteración cultural	Creencias	Prácticas y conocimientos	Moderado	II

La metodología aplicada en este apartado fue emplear diversos métodos para obtener datos esenciales que permiten desarrollar soluciones y tomar decisiones en diferentes contextos. Se utilizaron métodos inductivos, basados en observaciones y estudios propios, para obtener conclusiones generales, centrándose en los saberes ancestrales del cantón 24 de Mayo. Además, se aplicaron métodos deductivos, que van de lo general a lo específico, utilizando el razonamiento lógico y la colaboración de la población a través de encuestas. Se llevó a cabo un análisis documental mediante revisión bibliográfica, sitios web y citas textuales para enriquecer teorías e interpretaciones en el diseño de la investigación.

Asimismo, se empleó un enfoque etnográfico para comprender los saberes ancestrales y su importancia en la identidad cultural del cantón. En cuanto a las técnicas, se utilizaron encuestas estandarizadas para recopilar datos estadísticos, observación directa para identificar saberes ancestrales, y entrevistas semiestructuradas para obtener información de la población local y el departamento de turismo, La aplicación de la matriz FODA reveló que la falta de promoción cultural se identificó como una debilidad, mientras que la asistencia mayoritaria de adultos a eventos culturales se percibió como una amenaza. Se definieron instrumentos como un formulario de encuesta adaptado para diagnosticar manifestaciones culturales y una ficha de colección de información basada en el inventario del patrimonio cultural inmaterial del

Ecuador para identificar saberes ancestrales y su estado actual en la parroquia Sucre de 24 de Mayo.

Figura 17.

Ficha registra 7 saberes ancestrales de la parroquia Sucre de 24 de Mayo.

	Elaboración de hornado de cerdo	Este plato típico ha sido elaborado de generación en generación que hasta la actualidad se ha mantenido, por lo tanto, es un factor importante para el desarrollo económico de estas personas	Manifestación cultural	Comida	Comida tradicional	Moderado	II
	Tonga de gallina criolla	La tonga de gallina criolla envuelta con hoja de verde, varios ingredientes orgánicos y cocinada en horno de leña.	Manifestación cultural	Comida	Comida tradicional	Moderado	II
	Día de los difuntos	Personas visitan tumbas de familiares y hacen ofrendas para recordar a sus seres queridos que han fallecidos así mismo llevan comida a las tumbas para compartir en familia	Manifestación cultural	Etnografía	Usos sociales, rituales y actos festivos	Conservado	II

Elaborado: Milenka Nicole Ávila Zambrano

A partir de la ficha presentada, se realiza el siguiente análisis:

La ficha registra 7 saberes ancestrales de la parroquia Sucre de 24 de Mayo, que incluyen manifestaciones culturales, religiosas, culinarias y creencias. En este sentido lo que relaciona a las categorías: los saberes registrados se clasifican en dos principales: Manifestaciones Culturales y Etnografía. Dentro de manifestaciones culturales se encuentran las subcategorías de comida típica y Creencias, prácticas y conocimientos.

Por otra parte, los tipos y subtipos: se especifican, siendo los más comunes fiesta religiosa para manifestaciones como San Ignacio de Loyola y Bajada de los Reyes Magos y Comida Típica para saberes culinarios, En el estado de conservación, la mayoría de los saberes se encuentran en estado conservado y moderado, lo que indica que aún se mantienen vigentes en la comunidad. La Jerarquía en los saberes registrados se clasifican con una jerarquía de importancia II, lo que sugiere que se consideran relevantes dentro del patrimonio cultural de la parroquia.

Descripción detallada: Para cada saber, se proporciona una descripción detallada que explica su importancia, tradición y proceso de realización. En general, esta ficha de registro de saberes ancestrales busca documentar y preservar las manifestaciones culturales, religiosas, culinarias y creencias tradicionales de la parroquia Sucre de 24 de Mayo, reconociendo su valor como parte de la identidad cultural local.

¿Has escuchado sobre estas manifestaciones culturales?

Figura 18.

Manifestaciones culturales.



La encuesta realizada a 150 visitantes de la parroquia Sucre del cantón 24 de Mayo, sobre si ha escuchado sobre estas manifestaciones, interpretaron el 71,33 % equivalente a 107 personas que si han escuchado y la otra parte que pertenece al 28% menciono que no. Es decir, que la mayor parte de estas personas si han logrado escuchar estos diferentes tipos de manifestaciones, que para la parroquia Sucre es muy importante contar con esta relevante información.

¿Qué tipo de actividades de desarrollo cultural cree que es conveniente que se realice en la parroquia Sucre para fortalecer la identidad cultural?

Figura 19.

Actividades de desarrollo cultural.



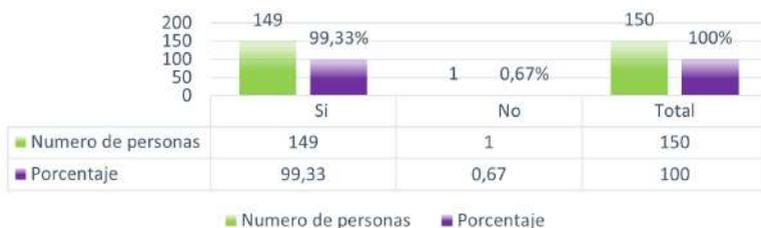
Para este resultado sobre el tipo de actividades de desarrollo cultural que es inconveniente que se realice en la parroquia Sucre para el fortalecimiento

de la identidad cultural, los visitantes del 100% el 45,33% indicaron que los juegos tradicionales son convenientes, continuamente el 26 % de 39 personas prefieren practicas ancestrales, seguidamente el 15,33 % optan por los saberes ancestrales, finalmente el 13,33 % señalan las lecturas e historias culturales. Es decir que estos visitantes prefieren los juegos tradicionales y practicas ancestrales para el fortalecimiento de la identidad cultural.

¿La Fiesta religiosa que realizan en honor a San Ignacio de Loyola, motiva a que lleguen personas de diferentes lugares y así puedan conocer la parroquia Sucre?

Figura 20.

Fiesta religiosa que realizan en honor a San Ignacio de Loyola.



En este entorno sobre si las fiestas religiosas que realizan en honor a San Ignacio de Loyola, motivan a que lleguen personas de diferentes lugares, las personas contestaron del 99,33% significando 149 personas que sí, mientras que el 0,67 % de los encuestados expresaron que no. De esta manera se descifra que las fiestas patronales si motivan a diferentes personas llegar a la localidad.

En este contexto, las estrategias estarán fundamentadas en diseñar estrategias de desarrollo cultural para fortalecer los saberes ancestrales y la identidad cultural, centrándose en que favorezca a todas las partes implicadas.

Figura 21.

Diseñar estrategias de desarrollo cultural.

Estrategias	Detalles
Programas de fortalecimiento de los saberes ancestrales a jóvenes y niños	Crear programas que estén direccionados a los jóvenes locales para la preservación de los saberes ancestrales y la identidad cultural, impidiendo la pérdida de estos conocimientos.
Charlas educativas en las escuelas y colegios de la parroquia Sucre	Incentivar a los estudiantes por medio de foros educativos para el conocimiento de los saberes ancestrales y la identidad cultural de la localidad antes ya mencionada.
Crear proyectos de desarrollo sostenibles	Diseñar un proyecto sostenible que esté integrado un museo cultural para prevalecer los saberes ancestrales y su identidad cultural.
Difusión de los saberes ancestrales por medio de las herramientas tecnológicas actuales.	El diseño de un sitio web o redes sociales que resalten los saberes ancestrales y su identidad cultural de la parroquia Sucre, 24 de Mayo.
Socializaciones de las investigaciones a los locales	Difundir los resultados de las investigaciones por medio de talleres para que adquieran conocimientos sobre sus saberes ancestrales e identidad cultural.
Sensibilización a los habitantes en preservar los saberes ancestrales	Concientizar a los habitantes en temas enfocados a la salvaguardia de los saberes ancestrales y su identificación cultural.

Los saberes ancestrales en la parroquia Sucre, ubicada en el cantón 24 de Mayo, se enmarca dentro de un contexto más amplio de la revalorización y preservación de estos conocimientos en Ecuador, para Catherine Walsh (2019), destaca que los saberes ancestrales constituyen una forma de resistencia cultural frente a la homogeneización impuesta por la globalización y la modernización. En el caso de la parroquia Sucre, estos saberes se manifiestan en prácticas agrícolas tradicionales, medicina ancestral y costumbres locales que han sido transmitidas de generación en generación.

En los análisis de Mercedes Prieto y Briceño (2022), indica cómo la desvalorización de los saberes ancestrales está vinculada a procesos históricos de colonización y políticas de homogenización cultural. En el cantón 24 de Mayo, esto se refleja en la falta de reconocimiento y apoyo institucional para preservar y promover estos conocimientos. Las políticas educativas y culturales predominantes han tendido a marginalizar los saberes locales en favor de una educación más "modernizadora". La investigación presenta resulta-

dos significativos en relación con los conocimientos ancestrales mediante el uso de inventarios. De esta manera, se pudo determinar si los saberes tradicionales, tanto en celebraciones religiosas como en gastronomía, han sido transmitidos de generación en generación en la parroquia Sucre del cantón 24 de Mayo. Este enfoque se alinea con la valorización de la cultura y los conocimientos ancestrales, contribuyendo al fortalecimiento de la transmisión de estas tradiciones a las generaciones más jóvenes. Esto, según De la Torre (2015), coincide con su investigación sobre los saberes ancestrales.

La identidad cultural es de gran importancia para todos los pueblos especialmente donde se realizan manifestaciones culturales como lo hace Sucre. Los turistas muestran un especial interés en este tipo de eventos, destacando la celebración de San Ignacio de Loyola, como lo recomienda Abril (2010), en su investigación, hacer énfasis en cada una de estas manifestaciones para evitar la pérdida de tradiciones y continuar siendo atractivos turísticos gracias a la riqueza cultural que ofrecen. El desarrollo cultural consiste en la participación de la comunidad en general para incrementar la participación de la ciudadanía en actividades culturales. En este proyecto, mediante el análisis DAFO, se ha identificado que la principal debilidad radica en la falta de promoción de la identidad cultural de la parroquia en estudio, y la amenaza reside en la asistencia mayoritaria de personas adultas a las manifestaciones culturales. Por lo tanto, es esencia fortalecer la transmisión de conocimientos ancestrales a los jóvenes, concientizar a todos los habitantes para valorar, preservar y practicar las costumbres y tradiciones para mantener los saberes ancestrales que de a poco se ven amenazados.

De acuerdo con Néstor García Canclini (2020), sugiere que la diversificación del conocimiento y la incorporación de saberes ancestrales en políticas públicas pueden fortalecer la identidad cultural y promover el desarrollo sostenible. Para la parroquia objeto de estudio, esto implica integrar conocimientos ancestrales en la educación formal y crear programas de apoyo para las prácticas tradicionales.

Conclusiones

Los saberes ancestrales desempeñan un papel fundamental en la preservación y transmisión de la identidad cultural de la parroquia Sucre de 24 de Mayo. Estos conocimientos, han sido heredados a lo largo de generaciones, incluyen tradiciones, costumbres, técnicas artesanales y rituales que definen la identidad única de la comunidad. La preservación de estos saberes contribuye a mantener viva la historia cultural de la parroquia y fortalece el sentido de pertenencia de sus habitantes.

Se concluye que los vínculos entre generaciones sirven como un puente intergeneracional que conecta a los miembros más jóvenes de la comunidad con sus raíces culturales. A través de la transmisión de conocimientos de padres a hijos y de abuelos a nietos, se establece una conexión significativa que fortalece los lazos familiares y comunitarios. Esta transmisión de saberes no solo implica la enseñanza de habilidades prácticas, sino también la transmisión de valores, creencias y la comprensión de la importancia de respetar y valorar la herencia cultural.

Referencias Bibliográficas

- Abril, O. (2010). Identidad cultural y su incidencia en el desarrollo del ecoturismo en la comunidad de Pucará Grande, perteneciente a la parroquia Pilahuín, Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua, durante el año 2010. Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5977/1/FCHE-MGPE-756.pdf>
- Carranza, H; Tubay, M.; Espinoza, H.; y Chang, W. (2021). Saberes ancestrales: una revisión para fomentar el rescate y revalorización en las comunidades indígenas del Ecuador. Obtenido de [file:///C:/Users/GYGABYTEI-511VA/Downloads/Dialnet-SaberesAncestrales-8168767%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/GYGABYTEI-511VA/Downloads/Dialnet-SaberesAncestrales-8168767%20(1).pdf)
- García Canclini, N. (2020). Ciudadanos reemplazados por algoritmos. Bielefeld: Calas <https://www.clacso.org/garcia-canclini-nestor-2020-ciudadanos-reemplazados-por-algoritmos-bielefeld-calas-176-paginas/>
- Prieto, M. y Briceño, Luis (2021). Ethnohistoria: miradas conectadas y renovadas. FLACSO Ecuador: Ediciones Abya Yala Obtenido de https://www.flacso.edu.ec/sites/default/files/2021-09/ethnohistoria_introduccion.pdf
- Rivera Cusicanqui, S. (2020). El potencial epistemológico y teórico de la historia oral: de la lógica instrumental a la descolonización de la historia. *Revista Temas Sociales, número 11, IDIS/UMSA, La Paz, 1987, 49-64*. Obtenido de <https://historiaoralfuac.files.wordpress.com/2017/10/rivera-cusicanqui-silvia-el-potencial-epistemologico-y-teorico-de-la-historia-oral.pdf>
- Ruíz, R. (2020). Saberes Ancestrales. Obtenido de Universidad Central del Ecuador: <chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/2900d-d1d-5c23-4872-b8f4-b7d77bd0a174/content>

Torre de la, A. (2015). Los saberes ancestrales y su incidencia en los jóvenes del cantón Playas. La Libertad. UPSE, Matriz. Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud. 121p.: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/3826>

Walsh, C. (2019). Saberes ancestrales. Obtenido de <https://cieduda.uazuay.edu.ec/sites/cieduda.uazuay.edu.ec/files/public/Catherine%20Walsh%20CV.pdf>

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo XVI

Puesta en valor y de la importancia del patrimonio arqueológico del museo Hojas Jaboncillo

AUTORES: Vanessa Teresa Santos Moreira; Melissa Yuleyma Santana Mendoza



SABEREC 5.0

Resumen

El arqueo-museo arqueológico "Hojas-Jaboncillo" desempeña un papel crucial en la preservación y difusión del patrimonio cultural y arqueológico de la región. Al exhibir piezas arqueológicas, el museo no solo proporciona una ventana al pasado, sino que también educa al público sobre la importancia de estas reliquias históricas. Sin embargo, es importante señalar que, en los últimos años el museo arqueológico ha sido mal administrado, lo que ha llevado a que poco a poco pierda su valor. Además, se observa que la población ha mostrado un abandono y desinterés por conocer la cultura existente en la ciudad, lo que ha resultado en la disminución del valor de los elementos arqueológicos tradicionales. En función de la problemática planteada anteriormente, el objetivo de la investigación fue identificar la puesta en valor del patrimonio arqueológico del arqueo-museo Hojas-Jaboncillo, Portoviejo. Por ende, el desarrollo de la misma cuenta con un enfoque mixto donde se conocerán las características y opiniones de la comunidad y agentes, sobre las cualidades con las que cuenta el arqueo-museo. Dando como resultado la identificación del patrimonio cultural material, la valoración del patrimonio cultural de la localidad de Picoazá y la puesta de valor del arqueo-museo, siendo está catalogada con valor socioeconómico. En conclusión, el museo arqueológico Hojas Jaboncillo es una institución vital que contribuye a la educación, la preservación del patrimonio y el desarrollo económico, destacando la relevancia de mantener y apoyar estos espacios culturales.

Palabras clave: patrimonio cultural, puesta de valor, museo, tradiciones, patrimonio arqueológico.

Abstract

The archaeological museum "Hojas-Jaboncillo" plays a crucial role in the preservation and dissemination of the cultural and archaeological heritage of the region. By exhibiting archaeological pieces, the museum not only provides a window to the past, but also educates the public about the importance of these historical relics. However, it is important to note that, in recent years, the archaeological museum has been poorly managed, which has led to its gradual loss of value. In addition, the population has shown abandonment and disinterest in learning about the existing culture in the city, which has resulted in a decrease in the value of the traditional archaeological elements. Based on the above-mentioned problems, the objective of the research was to identify the enhancement of the archaeological heritage of the archeo-museum Hoja-Jaboncillo, Portoviejo. Therefore, the development of the same has a mixed

approach where the characteristics and opinions of the community and agents about the qualities of the archeo-museum will be known. This will result in the identification of the material cultural heritage, the valuation of the cultural heritage of the town of Picoazá and the enhancement of the value of the archeo-museum, which will be classified as having socioeconomic value. In conclusion, the archaeological museum Jaboncillo Leaf is a vital institution that contributes to education, heritage preservation and economic development, highlighting the relevance of maintaining and supporting these cultural spaces.

Keywords: cultural heritage, enhancement, museum, traditions, archaeological heritage.

Introducción

El patrimonio, es la manifestación de historia y de la identidad de las comunidades ancestrales, a su vez es la preservación y valoración de los bienes culturales, tanto materiales como inmateriales, tales cuales como monumentos, edificaciones, costumbres y tradiciones. Dentro del mundo de la cultura, se conoce a la puesta de valor, como la identificación de valores del patrimonio cultural, de la cual va a incluir la recuperación, reconstrucción, protección y divulgación de los bienes culturales. Además, una puesta de valor va a ayudar a determinar si el bien patrimonial tiene un uso socio-económico o cultural.

La ciudad de Portoviejo, cuenta con una gran riqueza arqueológica, conocida por sus destinos culturales, su historia, tradiciones; además, de encontrarse ubicado uno de los atractivos culturales más representativos que posee la provincia de Manabí y el más grande del Ecuador, el Complejo Arqueológico Hojas-Jaboncillo, ubicado en la parroquia de Picoazá, donde cuentan con alrededor de 10 mil estructuras prehispánicas pertenecientes a la cultura Manteña, donde podemos encontrar el Arqueo-museo Hojas-Jaboncillo.

Por lo cual, es importante presentar la estructura de trabajo del proyecto de investigación "Puesta en valor del patrimonio arqueológico en el Arqueo museo Hojas Jaboncillo y su incidencia en los pobladores, parroquia Picoazá".

Su objetivo principal es identificar la puesta en valor del patrimonio arqueológico del arqueo-museo Hojas-Jaboncillo, Portoviejo, ya que, dentro de la problemática, se da a conocer que existe una pérdida de valor y reconocimiento del patrimonio arqueológico por parte de población y sus allegados, a su vez la mala administración que tiene ha llegado a deteriorar el sitio como tal. Además, se realiza un marco teórico, para poder conocer términos y conceptos que ayuda con la investigación que se realiza.

Para la realización de la metodología se plasma un enfoque mixto, tanto cualitativo, como cuantitativo, ya que la unión de ambos enfoques, permite incrementar y solucionar el problema principal de la investigación, mediante los métodos y técnicas utilizada dentro del proyecto.

Y, para finalizar, el desarrollo de los resultados obtenidos mediante un listado de las piezas arqueológicas del Arqueo-museo Hojas-Jaboncillo; encuestas y entrevistas realizadas; y, por último, definir la puesta de valor de dicho lugar, para poder realizar una propuesta para fomentar el turismo cultural de la parroquia Picoazá.

Metodología

Se realizó una revisión exhaustiva de literatura académica e informes sobre arqueología local, historia de la región y estudios de patrimonio cultural, contextualizando la investigación y detectando lagunas en el conocimiento. Además, se utilizó el método analítico proporcionó una estructura sólida para abordar la complejidad del tema, identificando y abordando desafíos y oportunidades en la valorización del patrimonio arqueológico en la Parroquia Picoazá y su impacto en la comunidad local. Asimismo, se investigó el territorio del cerro Hojas-Jaboncillo en Portoviejo para identificar y valorar piezas arqueológicas existentes. Por último, se evaluó el impacto del patrimonio arqueológico en el Arqueo Museo Hojas Jaboncillo y su incidencia en los pobladores de la Parroquia Picoazá.

En el proyecto de investigación se consideró a la demanda turística que llegaban al sitio en un lapso de dos días los cuales comprende a un fin de semana (10 y 11 de febrero) y a colaboradores/profesionales que contribuyen al funcionamiento del arqueo museo Hojas-Jaboncillo de Portoviejo. Donde la población total del cantón, es de 142.060 mujeres y 137.969 hombres. (INEC, 2010)

Muestra

Otzen y Manterola (2017), comenta que un muestreo aleatorio puede intervenir una un múltiple de personas, donde cada elemento de la población tiene una oportunidad igual e independiente de ser seleccionado. Con base a ello, el proyecto de investigación presenta una muestra aleatoria.

Entrevistas: 4

- Arqueol. Juan Jijón Porras
- Ing. Dany Ávila Carreño

- Arqueol. Esteban Acosta
- Arq. Andrés Rivera

Encuestas: 128

Demanda turística del arqueo museo: 66 personas

Comunidad receptora: 62 personas

Resultados

Para poder darle un valor al patrimonio cultural del Arqueo-museo Hojas-Jaboncillo, en la localidad de Picoazá, se tomó en cuenta a la población y la demanda que recorre los espacios museográficos en el Arqueo-museo, mediante en encuesta se podrá determinar que tanto conocen sobre el patrimonio arqueológico y las maravillas que posee en cerro Hojas-Jaboncillo

Así mismo, se realizó entrevistas dirigidas al arqueólogo Juan Jijón, Coordinador de patrimonio cultural, además, al ingeniero Dany Ávila, el director de turismo, ambos del Gad municipal de Portoviejo, por otro lado, al arqueólogo Esteban Acosta, el arqueólogo de la zona 4 del INPC y, por último, al director del complejo arqueológico Hojas-Jaboncillo, arquitecto Andrés Rivera.

Se analizó si la localidad de Picoazá, *conoce o no sus patrimonios culturales*, donde el 65% no conoce los patrimonios culturales que hay en la localidad y el 35% expresan que si conocen los patrimonios culturales que posee Picoazá. Se concluye que la mayor parte de la población no conocen los patrimonios que poseen.

Se toma en cuenta que más de la mayor parte de los encuestados no conocen de los patrimonio culturales que tienen dentro de la localidad, sin embargo, *los pocos encuestados que conocen de sus patrimonios manifiestan lo siguiente*: toman en cuenta la producción de sombreros de paja toquilla como un patrimonio cultural que representan mucho para la parroquia, así mismo, expresan que las fiestas de San Pedro y San Pablo son valiosa para sus cultura, también se destacan por su gastronomía tradicional. Y, por último, una pequeña parte de los encuestados expresan que el Cerro Hojas- Jaboncillo y su complejo arqueológico representa el mayor parte de su patrimonio cultural que tratan de cuidar y proteger. Por lo cual, se podría decir que los encuestados toman en cuentan sus manifestaciones y sus bienes arqueológicos dentro de su patrimonio cultural de la parroquia Picoazá.

Según de los 62 habitantes encuestados en la parroquia Picoazá, el 60% expresan que *si conocen el Arqueo-Museo Hojas-Jaboncillo* y el 40% dicen que no conocen el arqueo-museo.

Los habitantes toman en cuenta el valor cultural y económico que generan los visitantes al momento de llegar a conocer el Cerro y el Arqueo-Museo Hojas-Jaboncillo. Además, ellos creen importante la conservación de las piezas arqueológicas que se encuentran en el complejo arqueológico.

Por otro lado, el 97% afirma que *se debería declarar patrimonio cultural mundial* y el 3% dicen que no.

De acuerdo a los valores patrimoniales, ¿Cuál valor usted considera que tiene el Arqueo-Museo Hojas-Jaboncillo?

Tabla 34.

Valores patrimoniales del Arqueo museo.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Valor simbólico	7	11%
Valor histórico	21	34%
Valor estético	0	0%
Valor económico	29	47%
Valor formal	0	0%
Valor de uso	5	8%
Total	62	100%

Según los resultados: *¿Por qué considera que tiene ese valor patrimonial cultural?* los encuestados consideran que el Arqueo-museo tiene un económico por que atrae al turista a conocer y consumir los productos de ellos, suelen llegar visitantes de todos lados a saber de las piezas arqueológicas que se encuentran dentro del museo. Mientras que otra parte de la población considera que tiene un valor histórico porque allí se acentuaron la cultura Manteña dejando una huella dentro de la comunidad, sin embargo, hay algunos que expresan que el valor de uso tiene el Arqueo-museo, porque los bienes arqueológicos son utilizados para exhibición del público y para investigaciones.

Uso de valor del Arqueo-museo Hojas-Jaboncillo

Tabla 35.

Uso de valor del Arqueo museo.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Uso socio-económico	38	61%
Uso cultural	24	39%
Total	62	100%

Los encuestados consideran lo siguiente: el 61% de los encuestados que el uso socioeconómico del Arqueo-Museo Hojas-Jaboncillo es importante y el 39% considera que el uso cultural del museo es importante.

El 47% de los encuestados expresan que el Arqueo-Museo Hojas-Jaboncillo *tiene un uso económico*; el 29% de los encuestados considera que el museo tiene un *uso educativo*; y el 24% de los encuestados dicen que tiene *uso funcional*.

Encuesta a la demanda

Cómo conoció el Arqueo-Museo Hojas-Jaboncillo?

Tabla 36.

¿Cómo conoció el Arqueo-museo Hojas Jaboncillo?.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	13	20%
Amistades	43	65%
Familiares	10	15%
Total	66	100%

El 65%, es decir, 43 encuestados respondió *"Amistades"*; el 20% correspondiente a 13 personas respondió *"Redes sociales"*; y el 15% correspondiente a 10 personas dijo *"Familiares"*

Los encuestados *encontraron importante* la combinación de autenticidad histórica, interactividad educativa, relevancia cultural, experiencia sensorial y facilidades proporcionadas por el Arqueo-Museo Hojas-Jaboncillo. Estos aspectos contribuyeron a una experiencia enriquecedora y significativa para quienes lo visitaron.

El Cerro Hojas-Jaboncillo y su Arqueo-Museo son importantes por su *valor* como *patrimonio histórico y cultural*, su papel en la preservación del pasado,

su contribución a la educación y la difusión del conocimiento, su potencial para el turismo cultural y su capacidad para promover la conciencia y el orgullo local.

Para algunos encuestados, *la designación como Patrimonio Cultural Mundial podría ser* una fuente de orgullo local y nacional, reconociendo la importancia del Cerro Hojas-Jaboncillo para la identidad cultural y la historia del país. Otro argumento probable es que la designación como Patrimonio Cultural Mundial aumentaría la conciencia pública sobre la importancia cultural y educativa del Cerro Hojas-Jaboncillo a nivel internacional.

Valor Patrimonial del Arqueo-museo Hojas-Jaboncillo

Tabla 37.

Valor Patrimonial del Arqueo-museo.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Valor simbólico	6	9%
Valor histórico	60	91%
Valor estético	0	0%
Valor económico	0	0%
Valor formal	0	0%
Valor de uso	0	0%
Total	66	100%

El 9% de los encuestados considera que el arqueo museo Hojas-Jaboncillo *tiene un valor simbólico*. Esto sugiere que una minoría de los encuestados atribuye importancia al museo por su significado más allá de su historia y sus características físicas, posiblemente relacionado con su papel en la identidad cultural o la mitología local y el 91% de los encuestados considera que el valor principal del arqueo museo Hojas-Jaboncillo radica en su importancia histórica. Además, destacan cómo el cerro forma parte integral del patrimonio cultural de la región y cómo ha influido en la identidad de las personas que lo habitan.

¿Qué uso de valor considera que tiene el Arqueo-Museo Hoja- Jaboncillo en la población?

Tabla 38.

Uso de Valor del Arqueo-museo.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Uso socio-económico	50	76%
Uso cultural	16	24%
Total	66	100%

El 76% de los encuestados *considera que el uso socioeconómico* del Arqueo-Museo Hoja-Jaboncillo *es importante*. Esto sugiere que la mayoría de los encuestados percibe el museo como un recurso que puede tener un impacto significativo en la economía local y en la sociedad en general. El 24% de los encuestados considera que el uso cultural del museo es más importante.

Tabla 39.

Entrevista al Arqueol. Juan Jijón.

Entrevista al coordinador del patrimonio cultural del Gad municipal de Portoviejo, Arqueol. Juan Jijón	
De acuerdo a la experiencia y los conocimientos que tiene, ¿cómo describe el Arqueo-Museo Hoja-Jaboncillo?	El Arqueo-museo tiene un valor de interpretación, es decir, el turista, visitante llega y tiene un espacio museográfico que le ayuda interpretar todo lo que comente.
¿Qué significado tiene el Arqueo-Museo Hoja-Jaboncillo para la localidad Picoazá?	Tiene un valor de identidad, un espacio de reconocimiento de identidad ancestral de Picoazá.
Cree usted que el Arqueo-Museo Hoja-Jaboncillo protege y divulga el patrimonio arqueológico	Si lo protege, allí está la reserva zonal de toda la provincia, divulga, pero no lo suficiente, falta una investigación de alto nivel, para poder recibir distintos tipos de turistas, ya que, en la actualidad, solo se recibe a los cruceristas. Además de una divulgación local.
¿Qué valoración de daría usted al arqueo-museo para poder declararlo patrimonio cultural? ¿Por qué?	Primero de patrimonio en riesgo, ya que existe algunos factores que ponen en riesgo como la minería, el avance de la frontera agrícola y urbana, contaminación. Luego de eso, ser una manifestación de un intercambio de valores, ya que existen intercambios culturales.

<p>¿Qué estrategias usted propone para realizar una puesta de valor socio-económico/ cultural.?</p>	<p>Actualizar la museografía de los nuevos datos de las investigaciones.</p> <p>Llevar al campo digital, llevar todas piezas en sitios de 3D.</p> <p>Crear un segundo piso y proponer una segunda fase museográfica de la geografía sagrada de los Manteños.</p>
---	--

Tabla 40.

Entrevista al Ing. Dany Ávila.

<p>Entrevista al director de turismo del Gad de Portoviejo, el ing. Dany Ávila</p>	
<p>¿Cómo contribuye el Arqueo-Museo Hoja-Jaboncillo en el desarrollo turismo del cantón Portoviejo?</p>	<p>Mucho, al arribar cruceristas y visitantes se dinamiza la economía, porque al llegar al museo, visitan Portoviejo y sus locales gastronómicos, siendo una cadena de valor de turismo y productivo.</p>
<p>¿Qué valoración de daría usted al arqueo-museo para poder declararlo patrimonio cultural? ¿Por qué?</p>	<p>Se lo consideraría un testimonio único de una tradición cultural de la civilización manteña, por su conservación, sin embargo, existe una amenaza, que es las canteras que están en crecimientos y es tema un poco complejo para trabajar.</p>
<p>¿Qué valor patrimonial le daría al Arqueo-Museo Jaboncillo y por qué?</p>	<p>Valor histórico, porque en el Arqueo-Museo se representa la historia de la civilización manteña.</p>
<p>¿De acuerdo a sus conocimientos, al Arqueo-Museo Jaboncillo, le daría un valor socio-económico o cultural? ¿Por qué? ¿Cuál?</p>	<p>Se le da un valor cultural, de un uso de originalidad porque es único, sin embargo, también un valor socio-económico, en un uso económico, puede ser un motor de economía, porque de ahí surge un emprendimiento gastronómico para que llegue visitantes y genere dinero.</p>

Tabla 41.

Entrevista al Arqueol. Esteban Acosta.

Entrevista al arqueólogo Esteban Acosta	
¿Existe alguna investigación científica en estos momentos acerca de los bienes arqueológicos del Arqueo-museo Hoja-Jaboncillo?	En estos momentos no existe, pero se está haciendo el trabajo de restauración de algunas piezas arqueológicas del arqueomuseo y la reserva de acuerdo con los fondos de USA, de una empresa que se llama Consérvate.
¿Cuántas piezas arqueológicas se han encontrado en el cerro Hoja-Jaboncillo de la cultura Manteña?	Se han encontrados miles de piezas entre completas, fragmentos, incompletas, no puedo dar un número exacto, pero entre unos 10 mil entre todos.
¿Como pueden identificar una pieza original y una réplica en el Arqueo-museo Hoja-Jaboncillo?	Tiene que, por el detalle de las formas, si bien existe gente que utiliza tecnología antigua para poder hacer replicas, pero se nota en ciertas características de la original.
¿Qué valor patrimonial le daría al Arqueomuseo Jaboncillo y por qué?	Un valor histórico porque representa la cultura Manteña.
De acuerdo a sus conocimientos, al Arqueomuseo Hoja-Jaboncillo, le daría un valor socio-económico o cultural. ¿Por qué? ¿Cuál?	Un valor cultural, el objetivo del museo debe ser cultural y de investigación, las redes que se pueden tejer alrededor pueden ser distintas, pero el museo debe ser cultural, no puede tener un valor económico porque no responde a un proceso de acumulación de riqueza, sino a una divulgación de conocimientos. Y darle un uso investigativo

Tabla 42.

Entrevista al Arq. Andrés Rivera.

Entrevista al director de Arqueo Museo Hoja-Jaboncillo el arquitecto Andrés Rivera.	
De acuerdo a sus conocimientos usted considera que la UNESCO debería declarar patrimonio cultural al Cerro Hoja-Jaboncillo, siendo un símbolo para la comunidad. ¿Por qué?	Yo creo que podría ser posible eso, siempre y cuando exista esta investigación que logre solicitar en la UNESCO, una protección mundial.
¿Qué valoración le daría usted al arqueomuseo para poder declararlo patrimonio cultural? ¿Por qué?	Le daría una valoración de un sitio monumental, por el intercambio de valores de la cultura Manteña.

<p>De acuerdo a sus conocimientos, al arqueo museo Jaboncillo, le daría un valor socio-económico o cultural, porque, cual</p>	<p>Este sitio puede tener una mezcla de ambas, un valor cultural, por el tema investigativo que se ha realizado y se sigue dando, aportar con la investigación y motivar la misma, y, por otro lado, el valor socio-económico, un uso económico, ya que las personas de su alrededor comiencen a asociarse a través de cuerpos jurídicos que establezcan permitir servicios que se le puedan brindar al arqueo-museo.</p>
<p>¿Qué estrategias usted propone para realizar una puesta de valor socio-económico/ cultural?</p>	<p>Digitalizar todas piezas arqueológicas, en el sentido que se pueda escanear las piezas para ofrecer un turismo virtual. Tener la facilidad de verlas mediante las redes sociales. Incrementar el tema de visitas mediante las investigaciones que se realizan. Definir una puesta de valor al Arqueo-museo Hoja-Jaboncillo, Portoviejo.</p>

De acuerdo, con los encuestados y entrevistados, se le da un valor simbólico, histórico, económico, y de uso al Arqueo-museo Hoja-Jaboncillo

Por otro lado, tomando en cuenta los valores creados por Feilden y Jokilehto (2003) demuestran los siguientes usos de valores:

Tabla 43.

Uso de valores según Feilden y Jokilehto (2003).

Muestra	Valor socio-económico	Valor cultural
<p>Población (61% socio-económico; 39% cultural)</p>	<p>Económico: Fomenta la economía de la población, ya que existen una demanda que consume los productos de la comunidad. Educativo: Muchos de los jóvenes y niños acuden al Arqueo-museo a conocer y cuidar los bienes arqueológicos de su población.</p>	<p>Artístico o técnico relativo: La comunidad considera importante las investigaciones que se realizan dentro del Arqueo-museo dándole una importancia al patrimonio cultural de ellos.</p>

Demanda (76% socio-económico; 24% cultural)	Económico: considera que el Arqueo-museo le da un incremento a la economía local. Educativo: Difunde la vida de la cultura Manteña y a su vez está potenciando el turismo cultural de la ciudad.	Artístico o técnico relativo: Juega un papel importante en la preservación y difusión de la cultura mediante investigaciones que se realizan en el sitio.
Arqueol. Juan jijón	Educativo: Se le da aquel valor por las publicaciones de sus investigaciones que se realizan dentro del Arqueo-museo, sobre los bienes arqueológicos encontrados dentro del Cerro Hoja-Jaboncillo.	Identidad: Es la representación de la cultura Manteña, además de tener un impacto con la conservación y restauración de las piezas arqueológicas.
Ing. Dany ávila	Económico: es un motor de economía de la población, ya que surgen emprendimientos gastronómicos, siendo un motor de inversión.	Originalidad: El arqueo-museo es único dentro del Ecuador, además, fortalece la probabilidad de ser declarado patrimonio Mundial.
Arqueol. Esteban acosta	Considera que no tiene un valor socio-económico.	Artístico o técnico relativo: Su objetivo es cultural y de investigación de la Cultura Manteña.
Arq. Andrés rívera	Económico: Que la comunidad brinde servicios que beneficien al arqueo-museo, ayudando a la economía local.	Artístico o técnico relativo: Por el tema investigativo, sus aportaciones y motivaciones.

Discusión

El trabajo de Célleri (2022), proporciona una valiosa contribución al adaptar estrategias mexicanas de puesta en valor del patrimonio arqueológico a la realidad ecuatoriana, misma que se basa en una exhaustiva revisión bibliográfica para identificar y adaptar estrategias efectivas para la conservación y valorización del patrimonio arqueológico. La aplicación de estas estrategias en el contexto del arqueo-museo Hojas-Jaboncillo podría transformar significativamente la percepción y el valor del patrimonio cultural en Portoviejo. La colaboración comunitaria y las iniciativas educativas pueden revertir el desinterés actual y promover una mayor apreciación y cuidado del patrimonio arqueológico. Además, la asignación de un presupuesto específico para la conservación y la implementación de políticas públicas sólidas proporcionará una base estable para la protección continua de los bienes culturales.

La puesta en valor de estos recursos puede no solo proteger el patrimonio, sino también impulsar el desarrollo sostenible de la comunidad. Siguiendo el enfoque de Vilca (2022), para determinar la valoración del patrimonio

cultural en Picoazá, se deben aplicar metodologías similares de recolección de datos. Esto incluye la realización de entrevistas a actores clave y la observación directa de los sitios patrimoniales. Estas entrevistas y encuestas deben diseñarse para obtener información detallada sobre la percepción y el valor que la comunidad asigna a su patrimonio cultural, así como las medidas que consideran necesarias para su conservación. La puesta en valor del patrimonio cultural en Picoazá podría traer beneficios significativos, similares a los observados en el estudio de Colca. La implementación de un inventario y un registro detallado de los sitios arqueológicos permitirá una mejor gestión y protección del patrimonio. Además, la sensibilización de la comunidad y la educación sobre la importancia del patrimonio cultural pueden fomentar un sentido de pertenencia y responsabilidad. Es esencial que las autoridades locales participen activamente en la creación y ejecución de políticas públicas que respalden estos esfuerzos.

Céleri (2022), nos dice que para la puesta de valor al arqueología museo, primero se debe recopilar información bibliográfica y establecer estrategias basadas de modelos internacionales para luego darle valor, mientras que Vilca (2022), dice que primeramente se debe identificar el patrimonio, realizar un registro y por último inventariar el sitio arqueológico para su protección. Partiendo de estos diferentes puntos y aplicados en territorio, puedo decir que para darle una puesta de valor se debe realizar un análisis territorial, conocer la teoría y el criterio de su población como también la de sus colaboradores por medio de entrevista y encuestas, no solamente regirnos a un solo modelo aplicado en otro sitio, sino que también sea estructurado y basado en la información encontrada.

En contexto con lo anterior, se tiene como resultado que los museos arqueológicos preservan y protegen artefactos y vestigios del pasado, ayudando a mantener viva la historia y las culturas antiguas. Esto es crucial para la identidad cultural y la memoria colectiva de una sociedad, el arqueología museo Hojas-Jaboncillo no es la excepción, ya que provee un espacio para la educación y el aprendizaje sobre las civilizaciones antiguas. Asimismo, los visitantes pueden aprender sobre las costumbres, tecnologías y modos de vida de culturas pasadas, lo que enriquece su comprensión del presente y al mismo tiempo atrae a turistas nacionales e internacionales. En resumen, el Arqueología museo tiene un impacto profundo tanto en la preservación y promoción de la cultura como en el desarrollo socioeconómico de las comunidades en las que están ubicados. Por lo tanto, se le da un valor tanto cultural, como también social y económico.

Conclusiones

El Museo de Hojas Jaboncillo desempeña un papel crucial en la conservación, estudio y difusión del patrimonio arqueológico de Manabí, Ecuador. Su trabajo de valorización del patrimonio es significativo por varias razones, de las cuales, protege y conserva artefactos arqueológicos esenciales para entender la historia y cultura de las civilizaciones precolombinas.

De la misma forma, la valorización del patrimonio arqueológico puede fomentar el turismo cultural, generando ingresos y empleo para la población local, lo que mejora la economía de la región.

Mediante una encuesta a la población de Picoazá de la gran mayoría de 31 a 45 años de edad, se dio a conocer que el mayor porcentaje no conoce los patrimonios culturales que tienen dentro de su localidad, sin embargo, conocen el Arqueo-museo y la amplia virtud que tienen en sus investigaciones dentro del complejo arqueológico. Y consideran importante que en la parroquia tengan un museo de gran importancia que exhiben la cultura Manteña, ya que, aumenta la economía local. Además, se encuestó a la demanda que visita el Arqueo-museo Hojas-Jaboncillo entre 45 a 55 años de edad, de lo cual se obtuvo una gran valoración y determinación sobre como protegen y divulgan el patrimonio arqueológico. Por otro lado, por medio de entrevista a profesionales de patrimonio, se le puede dar una puesta en valor al arqueo museo Hojas-Jaboncillo.

Por último, se dio una puesta de valor al Arqueo-museo Hojas-Jaboncillo, que sin duda el sitio tiene un valor cultural, de un uso técnico relativo a la investigación de la cultura Manteña. Además de darle un valor simbólico, histórico. Sin embargo, también se considera un valor socio-económico, ya que, cuenta con un uso económico para la localidad de Picoazá, y un uso educativo por las publicaciones de investigaciones realizadas en el Cerro Hojas-Jaboncillo para las futuras generaciones.

Referencias Bibliográficas

- Célleri, L. (2022). Lineamientos para la puesta en valor del patrimonio arqueológico ecuatoriano. *South American Research Journal*, 5-16
- Feilden, B. y Jokilehto, J. (2003). Manual para el manejo de los sitios del Patrimonio Cultural Mundial. ICCROM-UNESCO
- INEC. (2010). *Población y Demografía*. Obtenido <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

.....

Otzen, Tamara y Manterola, Carlos. (2017). Técnicas de muestreo en un estudio poblacional. *Revista Internacional de Morfología*, 35(1), 227-232. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>

Vilca, N. (2022). Puesta en valor del patrimonio arqueológico y desarrollo sostenible en el centro poblado de Colca, Cotabambas –Apurímac, 2021. Perú: Universidad César Vallejo.

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo XVII

Puesta en valor y de la importancia del patrimonio arqueológico del museo Hojas Jaboncillo

AUTORES: Diana Patricia Gallardo Dueñas; Ariana Alejandra Baque Parrales



SABEREC 5.0

Resumen

La fusión entre las plataformas digitales y la promoción ha sido un factor clave y significativo para impulsar a la industria turística, debido a que promueven digitalmente la actividad y permiten captar la atención del turista. Un ejemplo muy claro son los sitios web que brindan acceso global de información a los consumidores. El objetivo de la presente investigación fue diseñar un sitio web turístico para el recinto Chade del Cantón Jipijapa, ubicado en la Provincia de Manabí. En relación a la metodología utilizada, se realizó una búsqueda bibliográfica y un análisis descriptivo. Se emplearon técnicas como la observación directa y la encuesta. Entre los resultados después de analizar la percepción de los encuestados referentes al sitio web turístico, se encontró que las personas se manifestaron muy optimistas, se conoció el perfil del público potencial, y se estableció el diseño del sitio web, con la finalidad de proporcionar información turística confiable y actualizada a los visitantes.

Palabras clave: promoción turística, recursos turísticos, sitio web turístico, turismo cultural, información turística.

Abstract

The fusion between digital platforms and promotion has been a key and significant factor in boosting the tourism industry, because they digitally promote the activity and capture the attention of tourists. A very clear example is websites that provide global access to information to consumers. The objective of this research was to design a tourist website for the Chade site of the Jipijapa Canton, located in the Province of Manabí. In relation to the methodology used, a bibliographic search and a descriptive analysis were carried out. Techniques such as direct observation and survey were used. Among the results, after analyzing the perception of the respondents regarding the tourist website, it was found that people were very optimistic, the profile of the potential audience was known, and the design of the website was established, with the purpose of providing information reliable and updated tourism for visitors.

Keywords: tourism promotion, tourism resources, tourism web site, cultural tourism, tourist information

Introducción

El recinto Chade cuenta con una riqueza cultural propia, no obstante, carece de medios para promocionar estos recursos, una de las razones es el no contar con una plataforma digital oficial que proporcione información turística, además de otros factores como la limitada diversificación de actividades económico-productivas. Por lo tanto, es necesario brindar al recinto opciones esenciales que le aporten expandirse turísticamente.

El internet y el uso de herramientas digitales ha contribuido aumentar el nivel de competitividad en el sector turístico, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2015), señala que la tecnología está transformando la forma de viajar debido a la existencia de una amplia variedad de páginas web y/o aplicaciones móviles idóneas para planificar, reservar y buscar información acerca de un lugar de interés turístico. Al emplear estas herramientas digitales, el turista no necesitará trasladarse a la localidad para obtener información, del mismo modo aprovechar la tecnología contribuye a incentivar y abarcar a un grupo mayor de personas permitiéndoles compartir sus experiencias alrededor del mundo con otros usuarios.

En efecto, el objetivo de esta investigación es diseñar un sitio web turístico para el Recinto Chade, analizando la percepción de los actuales y potenciales visitantes de Chade referente a un sitio web turístico, permitiendo establecer el diseño del sitio web para el recinto.

Con respecto a la metodología aplicada, se realizó una investigación bibliográfica y descriptiva que coadyuvaron al cumplimiento de los objetivos, aportando a la generación de conocimientos en base a la información obtenida. En síntesis, los sitios web se presentan como una oportunidad para promocionar y brindar información de apoyo al visitante, por tal razón se planteó la propuesta denominada promoción turística de los recursos culturales del recinto Chade.

Metodología

La presente investigación desarrollada en el recinto Chade del cantón Jipijapa contó con una indagación para llevar a cabo el diseño del sitio web turístico y en base a la recopilación de información obtenida, se anexan los resultados extraídos de la propuesta del proyecto de investigación. A continuación, se mencionan los métodos y técnicas empleados:

Se aplicó el método bibliográfico para organizar y recopilar información relevante y así sustentar el trabajo de investigación empleando fuentes biblio-

gráficas confiables tanto de artículos científicos, libros y tesis de grado. De esta manera se obtuvo mayor conocimiento para establecer el diseño del sitio web turístico.

Se utilizó el método descriptivo mismo que permitió organizar, presentar y llevar a cabo un análisis en base a la información obtenida, detallando de manera clara y específica los resultados de la investigación.

Por otro lado, considerando que no existe un registro de visitantes del recinto Chade, el tamaño de la población es infinita, una vez despejada la fórmula propuesta por Ibarra (2006), la muestra estimada es de 384 personas a encuestar. Se empleó una encuesta que se estructuró en dos secciones, la primera es direccionada al público potencial con el objetivo de identificar el perfil de los usuarios a través de preguntas como edad, ciudad de origen, género y la segunda sección permitió obtener la opinión de cada uno de los encuestados acerca del diseño del sitio web turístico y el contenido que debe alojarse, cabe recalcar que esta segunda parte es fundamental y crucial para llevar a cabo el diseño del sitio web de acuerdo a la percepción de los encuestados, tal como menciona González, Sánchez y Ramírez (2021), se debe pensar en el usuario al momento de realizar la estructura del sitio web para que este sea de fácil acceso.

De igual forma se efectuó la observación directa con el propósito de tener una visión amplia acerca de la situación actual del territorio en este caso del recinto Chade y por medio de esta realizar un levantamiento de información a fin de llevar a cabo su análisis, ya que dicha información recabada a través de la visita in situ del recinto se reflejó en el sitio web.

Resultados

De acuerdo a Rinka y Pratt (2018 como se citó en Villabona et al., 2020, p.245), señalan que "el contenido publicado en sitios web turísticos debe ser potencialmente atractivo e influyente con el propósito de fidelizar y retener a los turistas, de manera que incremente la satisfacción de los turistas que utilizan el sitio web".

Para el desarrollo de este resultado consistió en una encuesta a 384 personas, las encuestas fueron realizadas en modalidad online, utilizando la herramienta de google forms, aquellas se dividieron en dos secciones de la siguiente manera:

Perfil del público potencial

Conforme a los datos obtenidos, se logró constatar que los actuales y potenciales visitantes provienen del cantón Jipijapa con un 70%. Por otra parte, se determinó que el rango de edad se encuentra entre 18 a 25 años que equivale al 37% revelando que es un público joven, estos fueron los resultados para este primer sondeo de criterios.

Figura 22 .

Ciudad de origen.

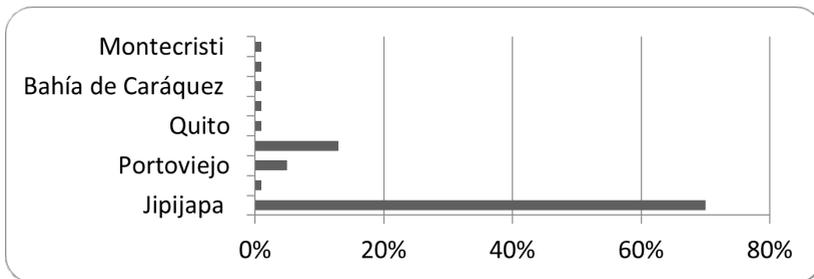
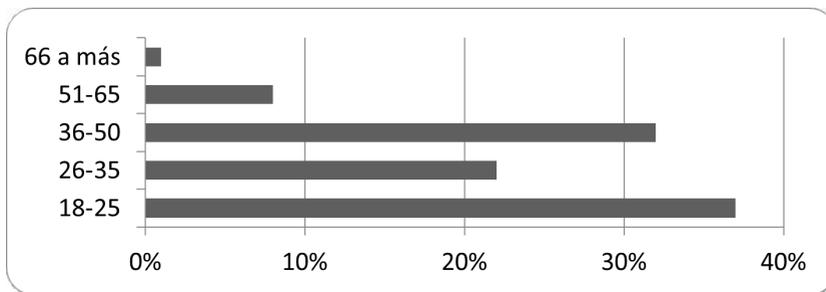


Figura 23.

Rango de edad.



Percepción del público en base al diseño del sitio web

En esta parte se conoció la percepción de los encuestados acerca de la plataforma digital turística, los resultados evidenciaron lo siguiente: Con relación a la implementación de un sitio web para la difusión turística de la localidad rural, se obtuvo la aceptabilidad de un 99% de encuestados.

Figura 24.

Implementación de un sitio web turístico.

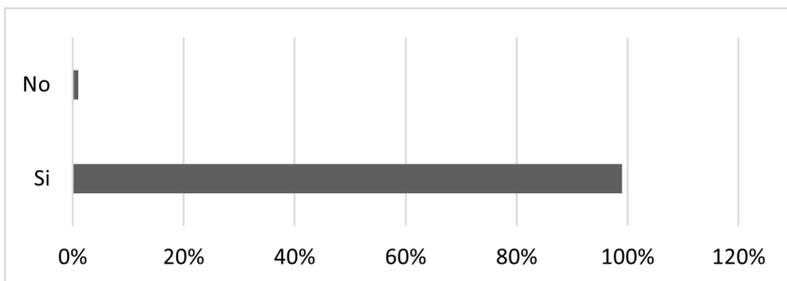
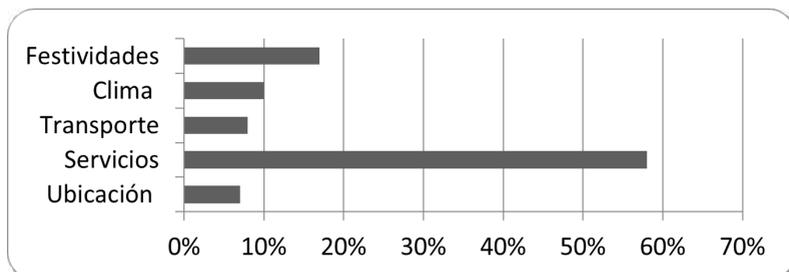


Figura 25.

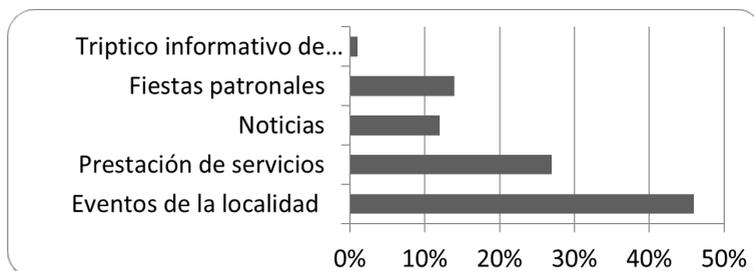
Contenido del sitio web.



Enfatizaron que el sitio web debe contener servicios, festividades, ubicación de la localidad y otras opciones como transporte y clima.

Figura 26.

Actualización de información en el sitio web.



Por otro lado, mencionaron que la información debe estar en constante actualización enfocándose en los eventos del recinto y en la prestación de los servicios.

Los encuestados consideraron importante realizar una búsqueda de información antes de efectuar su viaje, es decir, que no descartan recurrir a los sitios web para obtener información sobre algún lugar turístico, por lo tanto, le otorgaron al Si una valoración del 93%.

Por otra parte, añadieron que no han visualizado alguna publicidad sobre del recinto en este caso se obtuvo el 66%, mientras que el 34% manifestó que si. De la misma manera la mayoría de los encuestados afirmaron realizar una reservación o pago mediante el sitio web por algún servicio turístico y como resultado se obtuvo el 81% por el sí y en efecto el 19% se inclinó por el no.

En lo que respecta a los resultados de la encuesta desarrollada se concluye que fueron muy positivos con respecto al sitio web turístico, lo que impulsa al desarrollo de esta herramienta digital para el recinto Chade.

Figura 27.

Sitio web para obtener información turística.

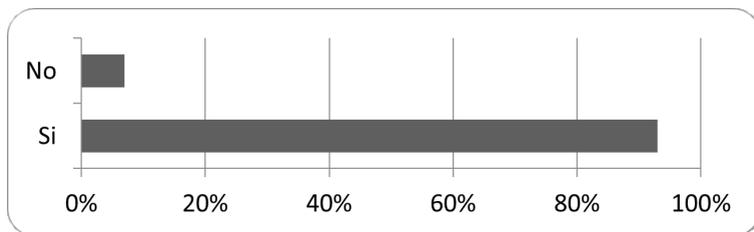


Figura 28.

Visualización de publicidad del recinto Chade.

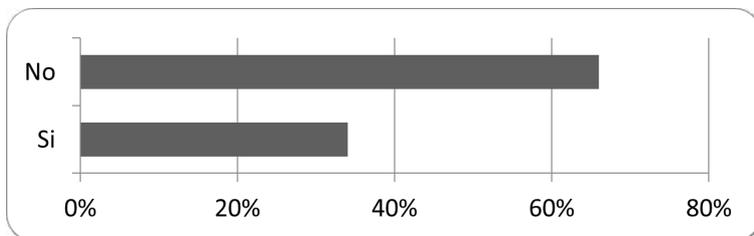
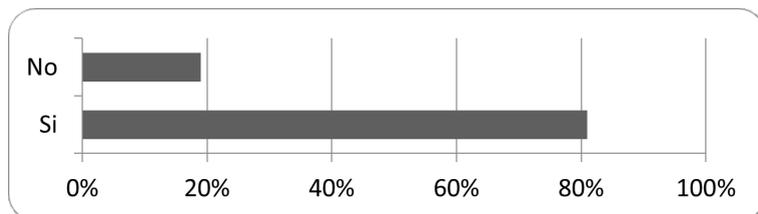


Figura 29.

Pago o reservación en el sitio web.



En base a los análisis realizados anteriormente, se considera que el diseño del sitio web que se tomará de referencia es el de Sotomayor (2019), ya que se basa en un modelo básico y sencillo al momento de ser manejado, esto sin perder la esencia de visualizarse como un sitio web tipo profesional.

Se adquirió el dominio y hosting del sitio web mediante la *plataforma de Namecheap*. Conviene subrayar que se realizaron ajustes para el sitio, posteriormente se empleó la *herramienta de WordPress* permitiendo diseñar el sitio web a través de la elección de plantillas y luego se alojó información como textos e imágenes. El dominio del sitio web es "visitshade.com", la dirección web es <https://visitshade.com>

Por lo tanto, la estructura del sitio web turístico de Chade se estableció de la siguiente manera considerando la opinión de los encuestados:

- Home/ página de inicio
- Información general del recinto Chade
- Información de los recursos turísticos
- Servicios turísticos
- Mapa de ubicación
- Galería de imágenes
- Blog del recinto
- Tienda en línea
- Servicio de contacto (correo electrónico)
- Elección de idioma

Se muestra la página principal del sitio web y sus características. A su vez cuenta con un menú y submenú en el que se destaca: Chade (generalidades,

recursos turísticos, como llegar), online store, blog, contacto, acerca de visita chade, también se puede visualizar la selección de idioma.

Figura 30.

Página principal del sitio web.



Se implementó la información de los recursos turísticos identificados del recinto Chade, el contenido tiene imágenes y descripción de cada uno de los recursos.

Figura 31.

Recursos turísticos identificados del recinto Chade.



Discusión

A continuación, se describen algunas investigaciones que guardan similitud con el proyecto de estudio:

En tanto Bhowmik et al., (2019 como se citó en Villabona et al., 2020, p.245), menciona que la finalidad de un sitio web es entregar mensajes de manera fácil a los usuarios en relación a lo que se esté indagando. La visión que tiene el autor acerca de los sitios web es idónea ya que permitió mantener esa idea para la plataforma digital con el propósito de informar u orientar al turista y que este a su vez sienta confianza navegando por el sitio web con la información publicada.

Por un lado, Chávez, Alarcón, Haro, Camacho, Albarrasín y Palacios (2017), indica que los medios digitales son una fuerte influencia en la actualidad porque proveen gran cantidad de información y en los resultados obtenidos por Sotomayor (2019), identificó que el 100% de los turistas encuestados consideraron importante y necesario promover los destinos turísticos empleando medios digitales. Este resultado se ajusta a los datos obtenidos en esta investigación y guardan una correlación positiva, porque se evidencio el 99% de aceptabilidad conforme a la implementación de un sitio web para la difusión turística, además, se logró identificar que los sitios web son una herramienta fundamental, debido a que permiten alojar información de interés para el turista; siendo servicios o actividades turísticas que forman parte de la oferta de una localidad, permitiendo la promoción y difusión de los mismos.

En definitiva, actualmente la manera de adquirir los servicios o productos ha evolucionado, esto se logró evidenciar en el optimismo de los encuestados otorgándole una valoración del 81% que concierne a la reservación o pago mediante una plataforma digital, en consecuencia, estarían dispuestos a conseguir un producto por medios online, tal como lo indica López (2021), que asocia al sitio web turístico como un sitio web comercial, además, enfatiza que tiene una importancia privilegiada porque es la fuente única y oficial de información en donde accederán los usuarios, por lo tanto la opinión del autor es acertada frente a este trabajo de investigación.

En virtud a lo expuesto y conforme a la experiencia obtenida en la presente investigación, es conveniente realizar una evaluación de la eficiencia del sitio web para conocer la calidad de la información ya almacenada o cuales serían las posibles fallas estructurales de la plataforma. Por otra parte, se consideran diversos estudios bajo la temática de la creación de un plan de marketing digital consolidado, por ejemplo: el posicionamiento en motores de búsqueda para el sitio web aplicando el enfoque SEO (Search Engine Optimization) y SEM (Search Engine Marketing) que permitirá desarrollar estrategias específicas para impulsar la promoción turística del recinto Chade. Sumado a esto se pudo detectar que una de las limitantes en el trabajo fue crear canales

oficiales en las redes sociales y enlazarlas al sitio web para que el usuario obtenga acceso fácil y directo, dichas herramientas digitales son imprescindibles actualmente ya que son una de las principales fuentes de información turística, por ello se sugiere que cada una de estas alternativas sean abordadas en futuras investigaciones para ofrecer una experiencia mejor y personalizada al usuario.

Conclusiones

Se analizó a 384 personas quienes se mostraron muy favorables ante la encuesta, misma que se dividió en dos secciones que permitió conocer el tipo de perfil del público potencial, que en este caso provienen del cantón Jipijapa siendo un público joven (18-25 años). Asimismo, se obtuvo información de las prioridades que tuvieron los encuestados con respecto al sitio web y la información que debe ser alojada en él, como resultado manifestaron apoyo por la implementación de la plataforma digital como medio de difusión turística y así dar a conocer los recursos y servicios turísticos del recinto, como sus festividades e incluso realizar un pago o reservación en el sitio web por adquirir algún servicio o producto de la localidad.

Para el cumplimiento del segundo resultado fue necesario adquirir herramientas digitales como el hosting y el dominio (visitchade), así como una plantilla en WordPress para establecer el diseño del sitio web, en donde se logró alojar contenido exclusivamente del recinto Chade como: página principal donde presenta el menú y galería de imágenes del recinto, información general de Chade, ubicación, descripción de sus recursos turísticos, servicios, tienda en línea, blog, contacto e idioma. El sitio web se presentó como una oportunidad para promocionar y brindar información de apoyo al visitante. Cabe recalcar que una de las finalidades del sitio web turístico es dar a conocer los recursos turísticos potenciales que tiene el recinto Chade mediante esta plataforma digital que orientará al visitante, procurando que tenga una mejor experiencia al navegar por el website.

Referencias Bibliográficas

Chávez, E., Alarcón, G., Haro, G., Camacho, P., Albarrasín, M., y Palacios, E. (2017). El sistema de gestión de marketing digital para el desarrollo turístico del cantón Caluma, Provincia Bolívar. Ecuador. *Revista de investigación talentos*, 4(2), 23-32

-
- González, S., Sánchez, G., y Ramírez, M. (2021). Análisis del posicionamiento web en portales web: Casos de estudio y buenas prácticas. *Ciencias informáticas*, 15(4), 125-140. Recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/rcci/v15n4/2227-1899-rcci-15-04-125.pdf>
- Ibarra, Ó. M. (2006). *Estadística para la administración turística*. México: Trillas
- López, Z. (2021). Una propuesta para el análisis multimodal de dos sitios web oficiales turísticos en torno a la ciudad de Santiago de Compostela. *Discurso y sociedad*, 15(4), 834-859.
- Organización Mundial del Turismo. (2015). *Las tecnologías al servicio del turismo para todos*. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/archive/global/event/las-tecnologias-al-servicio-del-turismo-para-todos>
- Sotomayor, M. F. (2019). Propuesta de difusión turística mediante herramientas web y estrategias de marketing digital. Caso de estudio: cantón Loja, Ecuador. *Siembra*, 6(1), 68-84.
- Villabona, N., Garcés, D., y Martelo, R. (2020). Caracterización de contenido de sitios web turísticos mediante scraping y minería web para contribuir a la satisfacción de turista. *Espacios*. 41(36). Recuperado de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n36/a20v41n36p20.pdf>

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo XVIII

Identificación y valoración de los atractivos turísticos que posee la cabecera cantonal Montecristi

AUTORES: German Francisco León Lara; María Belén Baque Muguerza



SABEREC 5.0

Resumen

El desarrollo del turismo presenta diversos procesos, de manera que se resaltó que existe poco interés y bajos presupuesto para el crecimiento de este sector por parte de las autoridades, que repercute en la falta de oferta y demanda turística, por tal motivo se planteó como objetivo identificar los atractivos turísticos que posee la cabecera cantonal Montecristi para la valoración como propuesta de desarrollo en el sector, mediante una metodología con enfoque mixto, empleando métodos bibliográfico, analítico y estadístico, por medio de técnicas como fichas de inventario del MINTUR, matriz de valoración y encuesta que fue dirigida a 385 turistas, por lo que se obtuvo como resultado la identificación de 13 manifestaciones culturales y 2 atractivos naturales, que se presentaron en un mapa de ubicación geográfica, los cuales fueron valorados de manera cuantitativa y mediante Jerarquía denotando que 4 atractivos cuentan con jerarquía III y 11 tienen jerarquía II arrojando un nivel de rendimiento del 50 a 100%, por lo que se presenta un estudio de mercado que destaca que la demanda actual es representada por visitante nacionales, que están en edades variadas, no se alojan ni permanecen más de un día, debido a que la oferta turística local es deficiente, por tanto se concluye que el sitio cuenta con atractivos sobresaliente de alto nivel propicios para el desarrollo turístico, sin embargo, necesita reforzar su oferta turística, de manera que se propone la elaboración de una ruta como producto turístico.

Palabras clave: valoración, identificación de atractivos, producto turístico; ruta turística, estudio de mercado.

Abstract

The development of tourism presents various processes, so it was highlighted that there is little interest and low budget for the growth of this sector by the authorities, which has an impact on the lack of tourist supply and demand, for this reason, the objective was to identify the tourist attractions that the Montecristi cantonal capital has for assessment as a development proposal in the sector, through a methodology with a mixed approach, using bibliographic, analytical and statistical methods, through techniques such as inventory sheets. of the MINTUR, assessment matrix and survey that was directed at 385 tourists, resulting in the identification of 13 cultural manifestations and 2 natural attractions, which were presented on a geographical location map, which were quantitatively valued. and through Hierarchy denoting that 4 attractions have hierarchy III and 11 have hierarchy II yielding a performance level of 50 to 100%, therefore a market study is presented that highlights that the current demand is

represented by national visitors, who are of varying ages, they do not stay or stay more than one day, because the local tourist offer is deficient, therefore it is concluded that the site has outstanding high-level attractions conducive to tourist development, however it needs to reinforce its offer tourism, so that the development of a route as a tourist product is proposed.

Keywords: assessment, identification of attractions, tourist product, tourist route, market study.

Introducción

El sector turístico se ha convertido en uno de los sectores que aporta significativamente a la economía, convirtiéndose así en un objeto de estudio en diversos destinos, brindando múltiples oportunidades a la población y al sitio en general, el desarrollo del turismo comienza desde la identificación de los atractivos turísticos, que brindara una oferta a disponer para el turista y una base para el desarrollo turística de un destino o localidad que pretende crecer mediante la actividad turística (Orgaz y Moral, 2016). Es así que se presenta la valoración que se muestra como una evaluación importante que permite conocer cuáles son las actividades o atractivos con mayores características para ser potenciados, protegidos y conservado, por lo que se valoran los atractivos en relación a su valor jerárquico, tomando en cuenta criterios, destacando en cada atractivo su representatividad y significado para el destino (Guillén, Hernández, y Sánchez, 2020).

La identificación y valoración de los atractivos turísticos es una cuestión crítica en la gestión del turismo global. Este proceso es fundamental para el desarrollo sostenible de destinos turísticos, la maximización de los beneficios económicos y la preservación del patrimonio cultural y natural. Sin embargo, enfrenta una serie de desafíos y problemáticas a nivel internacional como: La ausencia de criterios uniformes para identificar y valorar atractivos turísticos dificulta la comparabilidad y la gestión efectiva de los recursos turísticos. La presión turística sobre los atractivos puede llevar a la degradación ambiental y a la pérdida de identidad cultural si no se manejan adecuadamente. La falta de recursos financieros y de capacitación adecuada para los profesionales del turismo limita la capacidad para identificar, valorar y gestionar los atractivos turísticos. Además, los efectos del cambio climático representan una amenaza para muchos atractivos turísticos, especialmente aquellos naturales (Valls, Lemoine, Carvajal, y Hernández, 2019).

En lo que a Ecuador se refiere, este es un país con una vasta riqueza natural y cultural, lo que lo convierte en un destino turístico potencialmente

atractivo. Sin embargo, enfrenta varios desafíos en la identificación y valoración de sus atractivos turísticos, lo cual impacta negativamente en el desarrollo sostenible del turismo y en la maximización de sus beneficios económicos y sociales (Carrera, Cobeña, y Ordoñez, 2024).

Por otra parte, dentro de cabecera cantonal del cantón Montecristi se ha realizado la reconstrucción del santuario de la virgen de Monserrate atractivos pertenecientes a este cantón, sin embargo, otros atractivos culturales y naturales presentan dificultades, ya que existe un presupuesto bajo para mejorar este sector, debido al desinterés de las autoridades para atraer inversión, generando que no se ejecuten proyectos para mejorar el turismo en el sitio, otro de los factores que repercuten es la inadecuada planta turística e infraestructura de calidad, de modo que afecta a la oferta de productos turística, presentando así una baja afluencia de turistas, acompañado de la carencia de información de los atractivos, de modo que no existe una valoración de los atractivos.

Tomado en consideración estos discernimientos, la investigación tuvo como fin identificar los atractivos turísticos que posee la cabecera cantonal de Montecristi para la valoración como propuesta de desarrollo en el sector, teniendo como primer punto la identificación de los atractivos por medio del uso de las fichas de inventario del MINTUR que denotaron 15 atractivos identificados, prosiguiendo con la valoración de los atractivos ya identificados por medio de la valoración cuantitativa de criterios, y terminando con un estudio de mercado, realizado mediante encuesta a turistas que visitan el sitio y el empleo de entrevistas a los prestadores de servicios que conforman la oferta.

El trabajo investigativo tiene lugar en la zona urbana del cantón Montecristi perteneciente a la provincia de Manabí, dicho lugar poseedora un gran valor culturales, religiosas y naturales dispuesta de saberes ancestrales, razón por la que es preciso la identificación los atractivos turísticos con los que cuenta el cantón para presentar una respectiva valoración, para que actúe como principal fuente de desarrollo turístico.

De tal forma que una vez establecidos los objetivos específicos se propone la elaboración de una ruta como producto turístico para la cabecera cantonal de Montecristi, destacando en ella 4 itinerario para diferentes segmentos de mercado, de modo que se puede diversificar la oferta.

Desde luego existen múltiples implicaciones y conceptos acerca de la valoración turística, sin embargo, en la actualidad se relaciona su conceptualización a dicho proceso que permite comercializar un producto, a la planifica-

ción de un sitio y sus respectivos efectos analizar, así como a promover dichos destinos. De tal forma que este precepto nace por la necesidad de reducir las consecuencias negativas del turismo masivo y desordenado en un sitio determinado, la cual toma en cuenta aquellos desafíos relacionados con el reparto de los recursos, los hombres y las actividades, pudiendo así brindarles a los actores una manera de identificar factores socioeconómicos y medioambientales, que traigan beneficios positivos a futuro (Rivera, 2015).

Por esto es importante establecer valores, medidas y acciones que prioricen la conservación y su puesta en valor, que sean aceptadas por todos los actores involucrados, los sistemas implicados en la valoración contribuyen a brindar una orientación de la oferta, que se enmarcan en la creación de experiencias que velan por las necesidades de la demanda (Herrera, Crespo, Zambrano, y Cadena, 2014)

Considerando lo antes descrito se, insta que al presentar una valoración en un determinado sitio esta permitirá involucrar a los distintos actores en conjunto con la actividad turística que se pretenda desarrollar, dándoles de esta manera un valor representativo, significativo e importante para el crecimiento del territorio. Dichos criterios están basados en las herramientas de matriz de Holmes o de priorización utilizada por el MINTUR, para dar una ponderación que va dada de mayor a menor, siendo la de mayor ponderación los criterios que son competencias directas de otras carteras de estado, por otra parte, las de menor ponderación o valor asignado perteneces a los criterios que la autoridad nacional de turismo incide directamente.

Otros autores también consideran la valoración de paisaje que dependiendo del tipo de áreas turística que se pretenda valorar, por lo que para valorar el paisaje turístico se toman tres criterios principales: Valoración Escénico: La cual toma en consideración la belleza del paisaje, así como los componentes visuales en su calidad y cantidad, sus formas, colores y presencia de cuerpo de agua (García, Serrano de la Cruz, Méndez y Salinas, 2019). Valoración Ambiental: Consiste en evaluar el grado de conservación, la sostenibilidad, accesibilidad y e instalaciones asociadas al componente paisajístico relacionados con los materiales e intangibles (Martínez, Sanagustín, y Blanco, 2018). Valoración interpretativa: Evalúa las características didácticas y de ejemplaridad relacionadas con la calidad de componentes locales y del paisaje (Méndez, Serrano de la Cruz, Salinas y García, 2018). Estas valoraciones se presentan en diversos ámbitos del turismo ya sea para evaluar, los atractivos, la zona, un área y en otros casos los paisajes, en tales casos se presentan variados criterios acorde a los que se evalúa para conocer los atractivos turísticos con el que cuenta una determinada zona.

Al tratar de conocer un atractivo este es considerado como la principal imagen que tiene el visitante para conocer un destino turístico que seleccione, que presentan la condición que tiene los recurso y lugares, tomando en cuenta actores locales o por aquellos agentes que se relacionan con el sistema de producción de una localidad, pues se considera que estos son el producto de una reconstrucción social (Valls, Lemoine, Carvajal, y Hernández, 2019). De modo que se dispone que los atractivos turísticos, sean el primer enlace para motivar de manera importante la afluencia o llegada de turistas, al sitio específico en él que se sitúan dichos atractivos (Servicio Nacional de Turismo - SENATUR, 2016).

En relación a lo que plantea González et al., (2019), los atractivos naturales son considerados una de los principales fomentos para el turismo y que pueden ser enfocados a todo tipo de turistas que guste de la naturales o ambientes que se encuentran en la naturaleza, que cuentan con facilidades para ser vitados. Mediante ellos se pueden crean nuevos productos para la actividad turística. Estos atractivos a su vez se clasifican en: montañas, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques. Aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costas o litorales, ambientes marinos y tierras insulares, y cada uno de este tipo de atractivos cuentan con subtipo con una característica única (Salazar, Tierra y Salas, 2020; Ministerio de Turismo, 2018)

En cuanto a los atractivos culturales de acuerdo con el MINTUR presenta una clasificación que detalla su tipo: arquitectura, acervo cultural y popular, realizaciones técnicas y científicas y acontecimientos programados lo cuales cuentan con subtipo que facilita la identificación de cada atractivo (Ministerio de Turismo, 2018)

Metodología

Para la investigación se basó en las consideraciones previas y la conceptualización de la valoración turística y atractivos culturales, ha sido analítico-descriptivo, bibliográfico y estadístico. Estos métodos permitieron identificar los atractivos turísticos por medio de las fichas de inventario del MISTUR, que existen en la cabecera cantonal de Montecristi como elementos clave para posicionar el destino y mejorar su gestión y competitividad turística. Para esta acción, se aplicó técnicas de recolección de información como la encuesta a una muestra total de 383 tomados de 219.699 turistas que frecuentan la ciudad. Para el registro de las características de los tractivos de la cabecera cantonal Montecristi y ubicación de los mismos se utilizó la ficha de inventario establecido por el MINTUR. Además, se empleó la técnica de la matriz de va-

lorización para valorar cada atractivo registrado como accesibilidad, higiene, seguridad, actividades, entre otros.

Resultados

La actividad turística en Montecristi, presenta un el potencial de impulsar el desarrollo económico y atraer inversiones a nivel local, lo cual a su vez genera oportunidades de empleo, redistribución de ingresos y el fomento de otras actividades económicas, puesto que es un sector con numerosos y atractivos atributos que lo convierten en una herramienta clave para el desarrollo económico. Su gran tamaño, su impacto en el comercio internacional, su constante crecimiento y su conexión con otros sectores a través de su cadena de valor lo hacen especialmente relevante (Yansapanta, 2020).

Como consecuencia, los resultados que se presentan en este documento son parte de la información recabada y procesada de los atractivos turísticos de la cabecera cantonal Montecristi, es decir, se basaron en los principales objetivos planteados en la investigación. El primer resultado se basó en identificar los atractivos de la cabecera parroquial Montecristi para su desarrollo sostenible, por medio de las fichas de inventario del MINTUR, y mediante la elaboración de un mapa de ubicación de cada uno de los atractivos, con el uso de los programas google earth y Qgis, pudiéndose identificar los siguientes atractivos:

Tabla 44.

Atractivos Turísticos de la cabecera cantonal Montecristi.

Atractivos de Montecristi	Categoría	Tipo	Subtipo
Cerro Montecristi	Atractivo Natural	Bosque- BsT.	Montano bajo
Describir poco Interés	Atractivo Natural	Río	Cascada
Cascada la Papayita	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Otras infraestructuras de arquitectura
Centro Cívico Ciudad Alfaro	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórico/vernáculo
Basilica menor de la Virgen de Monserrat	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Artesanía y Arte
Sombrero de paja toquilla	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Otras infraestructuras de arquitectura
Golf club	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Espacios públicos
Paseo lúdico	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Espacios públicos
Monumento a la tejedora	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Monumentos
Parque Cervera	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Espacios públicos
Las carmelitas (es una iglesia de monjas)	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórico/vernáculo
Parque la Madre	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Espacios públicos
Plazoleta Eloy Alfaro	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Espacios públicos
Plaza cívica	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Espacios públicos
Casa cultural	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Infraestructura cultural
Roscas de la localidad	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía

Una vez identificados los atractivos y recursos pertenecientes al sitio, se posiciona en un mapa la ubicación dentro de la ciudad de Montecristi.

Figura 32.

Mapa de identificación de los atractivos.



ATRATIVOS IDENTIFICADOS EN LA CABECERA CANTONAL MONTECRISTI

- 1 Cascada La Papayita
- 2 Casa cultural
- 3 Las Carmelitas
- 4 Montecristi Golf Resort & Villas
- 5 Monumento a la tejedora
- 6 Parque Cervero
- 7 Parque la Madre
- 8 Paseo Idílico
- 9 Plaza cívica
- 10 Plazoleta Eloy Alfaro
- 11 Resacas de la localidad
- 12 Basílica menor de la Virgen de Monserrat
- 13 Centro Cívico Ciudad Alfaro
- 14 Cerro Montecristi
- 15 Sombrero de Paja Toquilla

Figura 33.

GAD, 2022 Montecristi.

Ficha de inventario N- 2			
Datos generales	Nombre del atractivo turístico:	Categoría:	Atractivo Natural
	Cascada la Papayita	Tipo:	Río
		Subtipo:	Cascada
Ubicación del atractivo	Provincia: Manabí	Longitud: 80°39'56.67"O	
	Cantón: Montecristi	Latitud: 1° 3'23.93"S	
	Parroquia: Montecristi	Altura: 331 m.s.n.m.	
	Localidad: ---		
Características del atractivo	Clima: frío y templado	Temperatura: 22 a 25 °C	
	Meses recomendables de visita:	Diciembre a Mayo	
	Tipo de ingreso: Libre	Horarios y atención: Todos los días	
Accesibilidad y conectividad al atractivo:	Poblado más cercano:	Distancia:	Tiempo en auto:
	Manta	13,1km	21 minutos
	Vía de acceso: Terrestre- vía de primer orden, asfalta hasta la parroquia, sendero de tierra hasta llegar al atractivo.		
	Servicio de transporte: bus		
	Señalización:	X	Vial
Planta turística/ Complementarios:	En el atractivo:	En la ciudad cercano:	
	Alojamiento, restaurantes, sitios de esparcimiento, cafeterías, estacionamiento, cajero, banco, venta de artesanías	
Estado de conservación	Estado de conservación e integración		
	Atractivo:	Entorno:	
	Alterado	Conservado	
	Factores:	Factores:	
	Falta de mantenimientos, sequía		
Descripción del atractivo:	Esta es una cascada que florece en temporada invernal, ya que su caudal crece en esta época y se puede disfrutar de sus cristalinas aguas, está ubicada en el cerro Montecristi, está rodeada de una exuberante vegetación a lo largo del recorrido.		
Anexo			
	Fuente: Facebook: Milenario cerro Montecristi		
	Ubicación grafica del atractivo:		
			

De los 15 atractivos turísticos identificados en el cantón, se muestra en la siguiente ficha el atractivo de tipo natural que es la cascada La Papayita. En esta ficha se describe los datos generales del atractivo, así como su ubicación, características, accesibilidad y conectividad, su estado de conservación y las fotos del lugar.

La cascada cuenta con una altura de 331 m.s.n.m. siendo recomendable su libre visita en los meses de diciembre a mayo accediendo a ella vía terrestres. Sin embargo, su estado de conservación es alterado debido a la falta de mantenimiento provocando sequía. Esta es una cascada que florece en tem-

porada invernal, ya que su caudal crece en esta época y se puede disfrutar de sus cristalinas aguas, está ubicada en el cerro Montecristi, está rodeada de una exuberante vegetación a lo largo del recorrido.

El segundo resultado se basó en determinar el valor de los atractivos turísticos de la cabecera cantonal Montecristi, presentando una valoración de criterios tomada del MINTUR en conjunto con lo planteado en el estudio de Casanova et al., (2022), presentan una escala de Porcentualidad, destacando en el siguiente cuadro los valores de acuerdo con el siguiente código: A/C =Accesibilidad y conectividad, Pt/S= Planta turística/ servicios, EC =Estado de conservación, H/S =Higiene y seguridad turística, P/R =Políticas y regulaciones, Ap=Actividades que practican, D/P/C =Difusión medios de promoción y comercialización del atractivo, Rv =Registro de visitas y afluencia, Rh=Recursos humanos.

Tabla 45.

Valoración de criterios de los atractivos turísticos.

Atractivos	Criterios - Competitividad turística						Criterios - Demanda			Suma total
	A/C	Pt/S	EC	H/S	P/R	Ap	D/P/C	Rv	Rh	
Cerro Montecristi	10,7	10,87	10	1,23	1,99	4,25	6,67	2,7	2,06	50,47
Cascada la Papayita	10,7	5,17	9,5	0,34	1,81	3,1	3,83	0,2	0,65	35,34
Centro Cívico Ciudad Alfaro	15,22	9,17	10	7,68	6,79	6,75	7	5	2,96	70,57
Basílica menor de la Virgen de Monserrat	14,22	13,37	11,75	8,36	1,99	4,25	6,67	4,2	2,56	67,37
Sombrero de paja toquilla	14,6	13,37	11,75	10,39	6,09	6,75	6,75	3,2	2,56	75,38
Golf club	13,4	13,33	11	10,11	4,39	7,65	6,67	4,7	2,26	73,51
Paseo lúdico	11,3	5,47	7	3,62	1,99	5,05	3,83	1,7	1,26	41,22
Monumento a la tejedora	11,3	5,47	10	1,84	1,99	3,15	2,61	2,7	0,66	39,72
Parque Cervera	13,5	11,27	10	5,95	4,69	4,65	4,33	0,7	1,66	56,75
Las carmelitas (es una iglesia la cual monjas)	12,1	9,53	10,5	6,61	1,69	3,45	1,31	0,7	1,4	47,29
Parque la Madre	12,1	10,73	7	7,61	4,29	4,45	4,51	1,7	1,56	53,95
Piazoleta Eloy Alfaro	13,8	11,27	12	6,15	4,69	3,75	4,77	1,7	1,96	60,09
Plaza cívica	13,8	10,87	11,5	6,35	4,69	3,75	4,77	1,7	1,96	59,39
Casa cultural	14,4	10,87	11,5	7,15	4,99	2,95	3,77	3,2	2,06	60,89
Roscas de la localidad	14,4	8,67	11,5	7,35	3,29	3,45	3,77	0,7	1,7	54,83

Una vez determinado los valores generales se toma en cuenta lo descrito por Casanova et al., (2022), quienes presentan una escala de Porcentualidad que determina su rango nivel, dado en Alto (65-100), Medio (35-65), Bajo (< 35)

Tabla 46.

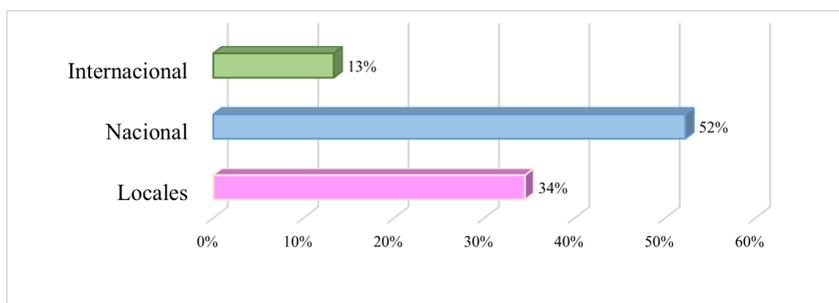
Valoración de criterios de los atractivos turísticos.

Atractivos	Valor general	Jerarquía	Cumplimiento	Nivel
Cerro Montecristi	50,47	II	83,33	Alto
Cascada la Papayita	35,34	II	58,33	Medio
Centro Cívico Ciudad Alfaro	70,57	III	82,35	Alto
Basilica menor de la Virgen de Monserrat	67,37	III	79,82	Alto
Sombrero de paja toquilla	75,38	III	88,24	Alto
Golf club	73,51	III	85,88	Alto
Paseo lúdico	41,22	II	68,33	Alto
Monumento a la tejedora	39,72	II	65	Alto
Parque Cervera	56,75	II	93	Alto
Las carmelitas (es una iglesia la cual monjas)	47,29	II	78,33	Alto
Parque la Madre	53,95	II	88,33	Alto
Plazoleta Eloy Alfaro	60,09	II	100	Alto
Plaza cívica	59,39	II	98,33	Alto
Casa cultural	60,89	II	100	Alto
Roscas de la localidad	54,83	II	90	Alto

Finalmente, el tercer resultado de la investigación se basó en realizar un estudio de mercado sobre los sectores turísticos para un incremento de turistas, teniendo como medio para la resolución del objetivo se analizan los componentes del estudio de mercado que abarca el análisis de la oferta y la demanda del cantón Montecristi, de modo que se pueda determinar la situación actual de estos elementos, de tal forma que puedan contribuir a un incremento de turistas en el sitio. A continuación, se presentan los 5 principales resultados del análisis de la demanda turística mediante encuesta a turistas:

Figura 34.

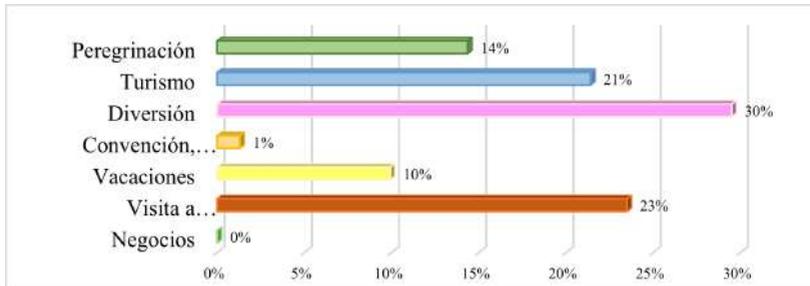
Análisis de la procedencia del turista.



De acuerdo con los datos recogidos en la encuesta a los turistas que visitan Montecristi se pudo determinar que el 53% es decir 200 de los turistas que visitan el sitio son Nacionales, mientras que el 34% son locales es decir 132 turistas, y tan solo un 13%, es decir 51 turistas son visitas internacionales.

Figura 35.

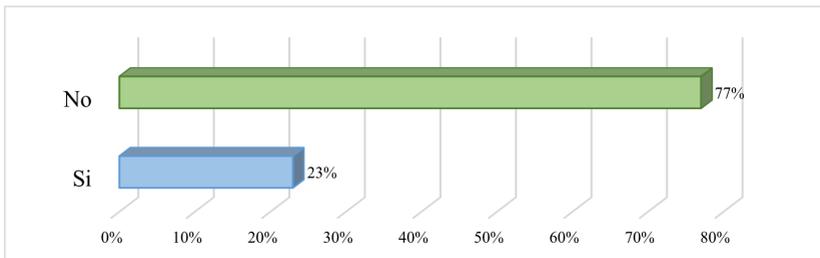
Porcentaje en relación a la motivación de viaje.



Conforme con los datos del gráfico presentado se tuvo que 113 turistas representados por el 30% de los encuestados visitan el sitio por diversión y recreación, mientras que 90 turistas es decir el 23% lo hace por visitar a familiares o amigos, también 82 personas representados por el 21% de los turistas encuestados visitan el cantón por turismo, se presentó que el 14% lo hace por peregrinación es decir 55 visitantes, además de que un 10% es decir 38 turistas lo hacen por vacaciones y tan solo un 1% equivalente a 5 turistas visitan el cantón por convención, congresos o Estudio.

Figura 36.

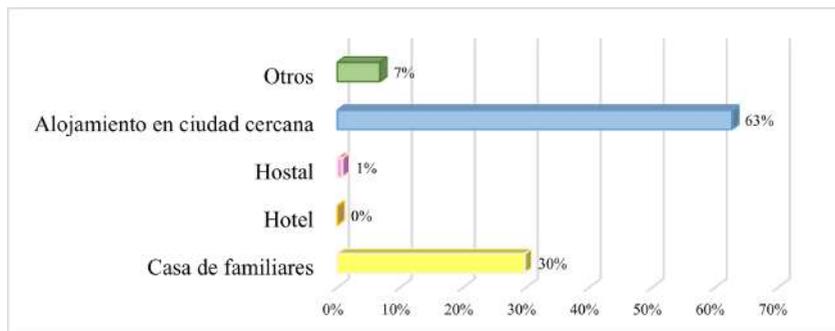
Estadística del hospedaje en el cantón.



En relación a la pregunta se obtuvo que de los 383 encuestados el 77% de ellos no se suele hospedar en el cantón Montecristi es decir 295 turistas, y tan solo un 23% determinado por 88 turistas respondió que si lo hace.

Figura 37.

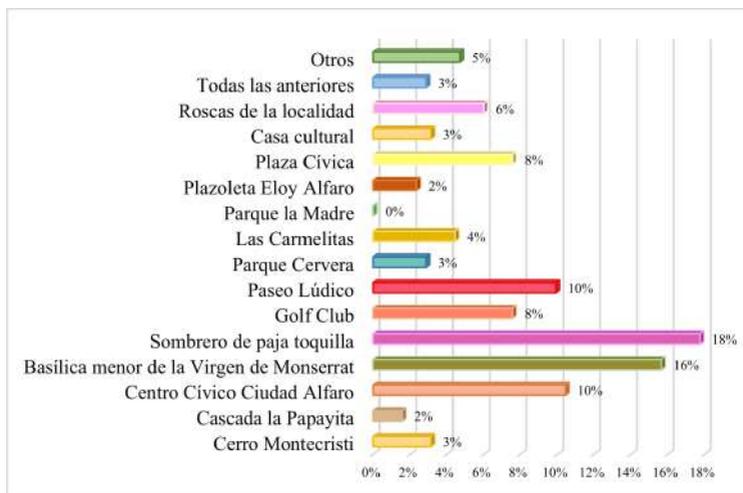
Datos del sitio en el que suele hospedarse.



Tomando en cuenta el sitio en el cual se suelen hospedar el turista se pudo conocer que 240 turistas representados por el 63% del total encuestado se alojan en una ciudad cercana a Montecristi, aunque un 30% es decir 114 de ellos suele alojarse en casa de familiares, mientras que un 7% determinado por 26 turistas busca otras opciones (retornan a casa), y tan solo un 1%, es decir 3 turistas se queda en hostales del cantón.

Figura 38.

Estadísticas de los atractivos que generan mayor interés.



Considerando la respuesta que se obtuvieron se presenta que el 18% de los turistas se interesan más en conocer el sombrero de paja toquilla, no obstante, un 16% prefiere ir a la Basílica menor de la Virgen de Monserrat, mientras que un 8% tanto para aquellos turistas que se ven interesados en el Centro Cívico Ciudad Alfaro y Paseo Lúdico, por otra parte un 8% tanto para los que prefieren la Plaza cívica y Golf club, también un 6% se interesan por las roscas de la localidad, aunque un 5% prefiere otras actividades (Estadio), un 4% prefieren visitar Las Carmelitas, también un 3% tanto para aquellos que prefieren la Casa cultural, el parque Cervera, el cerro Montecristi y los que se interesan por todos los atractivos, y el 2% que se interesan por la plazoleta Eloy Alfaro y la cascada la papayita.

Dentro del estudio de mercado también se analizó la oferta turística del cantón Montecristi que permitió conocer con certeza los servicios que tiene el cantón para ofrecer a los posibles turistas que visitan el sitio, de las cuales se pudo obtener mediante el catastro y entrevista a los prestadores de servicios turísticos los siguientes:

Tabla 47.

Servicios ofertados en la cabecera cantonal de Montecristi.

ESTABLECIMIENTOS	SERVICIOS OFERTADOS		
	Número de establecimientos	Mesas/habitaciones	Plaza/unidades
Alimentos y bebidas	65 (cabaña, bar, restaurante, picantería, cevichería, bar)	De 4 a 25 mesas	De 1 hasta 200 plaza
Alojamiento	3 (resort, cabaña, hostel)	-	-
Artesanías	87	-	-
Transporte	7 (Taxi, bus)	-	183 unidades
Esparcimiento	8 (Sala de eventos, piscina)	56 mesas	750

La implicación de la valoración de los atractivos turísticos representa un proceso que permite darle un valor potencial que ayuda a comercializar un producto turístico, así como el desarrollo de la planificación turística del sitio, para poder promover el destino haciendo que los gestores que intervienen en el desarrollo turístico participen activamente en la creación de la imagen deseada (Rivera, 2015).

En tanto que se resultaron identificados 14 atractivos, siendo en su mayoría atractivos de carácter cultural, lo cuales se georreferenciaron en un mapa geográfico que se generó mediante el uso de google earth y Qgis que pre-

senta su ubicación. Por lo que se contrasta con el estudio de Aguilar et al., (2018), en el cual se identifica como principal eje turístico un recurso natural aun que posee recurso no aprovechados adecuadamente, presentando poco desarrollo turístico en el sitio.

Es así que al emplear la valoración mediante los criterios del MINTUR se presentó que existen atractivos de jerarquía II y III, con cumplimientos de 58 en adelante proporcionando un nivel de cumplimiento alto para la valoración. De modo que en el estudio de Navarro y Rizzo (2022), se destaca 36 bienes inmuebles de los que se expresa que la mitad de ellos presento un nivel alto y la otra mitad un nivel bajo, lo que contrasta con los resultados obtenidos de la investigación tratada.

Teniendo en consideración que el estudio de mercado arrojó que los turistas son nacionales y que viajan con la familia una vez al año por diversión en el que además les llama la atención la elaboración de sombreros de paja toquilla, prefiriendo en el sitio las actividades culturales con gastos menores de \$100, no suelen alojarse en el sitio por la falta de oferta de alojamiento, por lo que permanecen menos de un día en el sitio haciendo uso de alojamientos cercanos a la ciudad. Por otra parte, en la investigación de Carvache et al. (2018), se plantea que es indispensable presentar una mejor valoración de los servicios de restauración y alojamiento de manera que en este caso se obtuvo una alta satisfacción del turista mediante el estudio de mercado.

Discusión

La implicación de la valoración de los atractivos turísticos representa un proceso que permite darle un valor potencial que ayuda a comercializar un producto turístico, así como el desarrollo de la planificación turística del sitio, para poder promover el destino haciendo que los gestores que intervienes en el desarrollo turístico participen activamente en la creación de la imagen deseada (Rivera, 2015).

En tanto que se resultaron identificados 14 atractivos, siendo en su mayoría atractivos de carácter cultural, lo cuales se georreferenciaron en un mapa geográfico que se generó mediante el uso de google earth y Qgis que presenta su ubicación. Por lo que se contrasta con el estudio de Aguilar et al., (2018), en el cual se identifica como principal eje turístico un recurso natural aun que posee recurso no aprovechados adecuadamente, presentando poco desarrollo turístico en el sitio.

Es así que al emplear la valoración mediante los criterios del MINTUR se presentó que existen atractivos de jerarquía II y III, con cumplimientos de 58

en adelante proporcionando un nivel de cumplimiento alto para la valoración. De modo que en el estudio de Navarro y Rizzo (2022), se destaca 36 bienes inmuebles de los que se expresa que la mitad de ellos presento un nivel alto y la otra mitad un nivel bajo, lo que contrasta con los resultados obtenidos de la investigación tratada.

Teniendo en consideración que el estudio de mercado arrojo que los turistas son nacionales y que viajan con la familia una vez al año por diversión, prefiriendo en el sitio las actividades culturales con gastos menores de \$100, no soliendo alojarse en el sitio por la falta de oferta de alojamiento, por lo que permanecen menos de un día en el sitio. Por otra parte, en la investigación de Carvache et al. (2018), se plantea que es indispensable presentar una mejor valoración de los servicios de restauración y alojamiento de manera que en este caso se obtuvo una alta satisfacción del turista mediante el estudio de mercado.

Conclusiones

De manera que se pudo concluir que en la cabecera cantonal Montecristi se identificaron 15 atractivos 2 de ellas perteneciente a atractivos naturales y 13 son manifestaciones culturales, mismas que se identificaron geográficamente en un mapa en el cual se usó el google earth para tomar coordenadas, que fueron luego traspasadas al programa Qgis para la generación del mapa con la ubicación de todos los atractivos.

Atractivos a los cuales se le determino un valor mediante la valoración de criterios y Porcentualidad de acuerdo con su jerarquía, la cual determino que 4 de los atractivos tienen jerarquía III y los 11 restante presentan jerarquía II determinado un cumplimiento desde el 58% hasta 100%, tenido un nivel alto en casi todos sus atractivos.

Se determinó en el estudio de mercado que los turistas que visitan Montecristi son tanto hombres como mujeres en edades de 36 a 59 años, por lo general son nacionales, solteros y en unión libre que visitan el sitio por motivo de diversión que usualmente viajan en familia y con amigos, se organizan por cuenta propia, por lo que suelen viajar una vez al año y permanecen en el sitio menos de un día, gastando menos de \$100, utilizan el bus para transportarse y no suelen alojarse en el lugar, sino en un ciudad cercana prefiriendo actividades culturales, como conocer el sombrero de paja toquilla, el centro cívico ciudad Alfaro y la Basílica menor, el sitio oferta servicios de alimentos y bebidas, pero no cuentan con muchos sitios para alojarse, así como sitios de esparcimientos.

Referencias Bibliográficas

- Aguilar, E., Reyes, K., Ordoñez, O. y Calle, M. (2018). Uso y valoración de los recursos naturales y su incidencia en el desarrollo turístico: Caso Casacay, cantón Pasaje, El Oro-Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(1), 80-88. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2018000100080>
- Carrera, M. A., Cobeña, E., y Ordoñez, J. C. (2024). Estudio del patrimonio cultural y natural del Ecuador desde un enfoque turístico. *Revista Ciencias Sociales y Económicas*, 8(1), 1-12. <https://doi.org/https://doi.org/10.18779/csye.v8i1.693>
- Carvache, M., Carvache, W., Macas, C., y Orden, M. (2018). Motivaciones, Valoración y Satisfacción del Turista en un destino de Sol y Playa de Ecuador. *Revista ESPACIOS*, 39(13). <https://doi.org/https://www.revistaespacios.com/a18v39n13/a18v39n13p04.pdf>
- Casanova, L., Guerrero, T., y Benítez, J. (2022). Evaluación de las potencialidades turísticas de la parroquia rural Seis de Julio de Cuellaje. *Siembra*, 9(1), 1-12. <https://doi.org/https://doi.org/10.29166/siembra.v9i1.3420>
- García, A., Serrano de la Cruz, M., Méndez, A., y Salinas, E. (2019). Diseño y aplicación de indicadores de calidad paisajística para la evaluación de atractivos turísticos en áreas rurales. *Revista de geografía Norte Grande*(72), 55-73. <https://doi.org/doi:https://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022019000100055>
- González, C., Pibaque, M., y Ayón, L. (2019). Los atractivos turísticos y su impacto en el perfil costero de Manabí – Ecuador. *Revista SATHIRI: Sembrador*, 14, 174-185. <https://doi.org/https://doi.org/10.32645/13906925.814>
- Guillén, R., Hernández, A. M., y Sánchez, J. (2020). Claves para mejorar la valoración en destinos turísticos de Extremadura. Una aportación del Proceso de Análisis Jerárquico (PAJ). *Investigaciones Geográficas*(74), 139-163. <https://doi.org/https://doi.org/10.14198/INGEO2020.GPHCSM>
- Herrera, G., Crespo, G., Zambrano, D., y Cadena, P. (2014). Turismo y gestión: Una propuesta metodológica para la valoración y sistematización de atractivos turísticos en el cantón Rumiñahui. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 4(8), 125-142. <https://doi.org/DOL: 10.17163/ret.n8.2014.06>

- Martínez, V., Sanagustín, V., y Blanco, R. (2018). Paisajes culturales como imágenes de destino: percepción y valoración como producto turístico. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 16(4), 873-887. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/journal/881/88166043001/html>
- Méndez, A., Serrano de la Cruz, A., Salinas, E., y García, A. (2018). Propuesta metodológica basada en indicadores para la valoración del potencial turístico del paisaje en áreas rurales: El caso del municipio de Atlautla. Atlautla. Cuadernos de Turismo(42), 335-354. <https://doi.org/https://doi.org/10.6018/turismo.42.15>
- Ministerio de Turismo. (2018). Manual de atractivos turísticos. Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos. Quito, Ecuador. Recuperado. https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual-de-Atractivos-Turisticos_compressed.pdf.
- Navarro, D., y Rizzo, G. (2022). Desarrollo del turismo sanmartiniano. Valoración turística de recursos y atractivos culturales. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 20(4), 1039-1053. <https://doi.org/https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.069>
- Orgaz, F., y Moral, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. Scielo(1), 1-19. https://doi.org/https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008
- Rivera, I. (2015). Identidad, patrimonio y turismo; interrelación en la valorización de autenticidad del producto turístico. Revista Vía Innova, 2(1), 9-13. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8742341>
- Salazar, S., Tierra, N., y Salas, E. (2020). Inventario de atractivos turísticos naturales y culturales de la comunidad Capirona en la parroquia de Puerto Napo, cantón Tena, provincia de Napo. Conciencia Digital, 3(3.1), 168-188. <https://doi.org/https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i3.1.1379>
- Servicio Nacional de Turismo - SENATUR. (2016). Manual de destinos: Elementos para la gestión de Destinos Turísticos. Santiago, Chile: Subdirección de Desarrollo Sernatur.

-
- Valls, W., Lemoine, F., Carvajal, G., y Hernández, N. (2019). Identificación de atractivos turísticos de interés para el desarrollo del sector hotelero en los cantones de Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales (Ecuador). *Revista Internacional de Turismo, empresa y territorio*, 3(2), 113-130. <https://doi.org/DOI:10.21071/riturem.v3i2.12459>
- Yansapanta, T. E. (2020). Valoración metodológica de los atractivos turísticos del cantón San Cristóbal, provincia de Galápagos. Universidad Regional Autónoma de Los Andes.

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo XIX

Análisis del ecoturismo en la
conservación de flora y fauna en la
Reserva Pacoche

AUTORES: Alex Emilio Baque Suarez; Chilán Quimis Douglas Herman



SABEREC 5.0

Resumen

El Refugio de Vida Silvestre Pacoche es crucial para la conservación de diversas especies de flora y fauna, demuestra su objetivo principal como el impacto del ecoturismo en la conservación de la biodiversidad del refugio, analizando tanto los beneficios ecológicos como los desafíos que enfrenta, evidenciando así la importancia del ecoturismo y su contribución en la conservación del Refugio. La metodología de este proyecto de investigación es cualitativa, analítica y descriptiva, utilizando técnicas como; la entrevista a trabajadores de la Reserva quienes participaron en la construcción de este proyecto por medio de la dirección del entrevistador, parte importante en este proceso. Los resultados obtenidos muestran que existen impactos negativos que afectan la protección de la flora y la fauna, y mediante un análisis FODA se pudo demostrar un análisis del más profundo del movimiento del sistema turístico del refugio, se han ido implementado acciones estratégicas para promover la protección de esta reserva endémica en el planeta. En conclusión, la Reserva Natural y Marina de Pacoche tiene un gran potencial turístico y una rica diversidad animal y vegetal exótico, ya que representa el patrimonio histórico de la flora y fauna del Ecuador, en donde se debe practicar un turismo consciente para poder preservar su biodiversidad y así evitar la destrucción de su hábitat local.

Palabras claves: reserva, flora, fauna, endémica, biodiversidad.

Abstract

The Pacoche Wildlife Refuge is crucial for the conservation of various species of flora and fauna, demonstrating its main objective as the impact of ecotourism on the conservation of the refuge's biodiversity, analyzing both the ecological benefits and the challenges it faces, thus evidencing the importance of ecotourism and its contribution to the conservation of the Refuge. The methodology of this research project is qualitative, analytical and descriptive, using techniques such as; the interview with Reserve workers who participated in the construction of this project through the direction of the interviewer, an important part of this process. The results obtained show that there are negative impacts that affect the protection of flora and fauna, and through a SWOT analysis it was possible to demonstrate a deeper analysis of the movement of the refuge's tourist system, strategic actions have been implemented to promote protection of this endemic reserve on the planet. In conclusion, the Pacoche Natural and Marine Reserve has great tourist potential and a rich exotic animal and plant diversity, since it represents the historical heritage of the flora and fauna of

Ecuador, where conscious tourism must be practiced in order to preserve its biodiversity and thus avoid the destruction of their local habitat.

Keywords: reserve, flora, fauna, endemic, biodiversity.

Introducción

A partir del año 2015 fue un año decisivo para el desarrollo mundial, al haber aprobado los Gobiernos la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, junto con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La ambiciosa agenda establece un marco mundial hasta 2030 para acabar con la pobreza extrema, combatir la desigualdad y la injusticia y solucionar el cambio climático. Por ello la actividad turística, puede contribuir, directa o indirectamente, a todos los objetivos. Concretamente, se ha incluido en algunas de las metas de los objetivos 8, 12 y 14 relacionados respectivamente con el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el consumo y la producción sostenibles y el uso sostenible de los océanos y los recursos marinos. Aprovechar los beneficios del turismo será clave para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible y llevar a la práctica la agenda de desarrollo posterior a 2015, por lo tanto, estas estrategias de sostenibilidad que establecen a nivel mundial, es de fundamental importancia para realizarlas en territorios locales.

El ecoturismo se promueve como una estrategia de desarrollo sostenible que puede contribuir a la protección de la biodiversidad y el bienestar de las comunidades locales. En Pacoche como reserva protegida es importante rescatar el ecoturismo que promueve la educación ambiental y genera ingresos que pueden reinvertirse en la conservación del ecosistema. Sin embargo, es importante evaluar el verdadero impacto del ecoturismo para garantizar que sus beneficios superen cualquier posible efecto negativo (Ministerio del Ambiente de Ecuador, 2020)

El desarrollo sostenible de Pacoche, una reserva natural ubicada en la provincia de Manabí en Ecuador, pasa por adoptar medidas que equilibren el crecimiento económico, la protección ambiental y el bienestar social. A continuación, se presentan algunas estrategias clave para lograr este objetivo: Implementar programas destinados a proteger los ecosistemas locales, como bosques secos y zonas costeras, esenciales para la flora y fauna endémica. Realizar estudios periódicos de biodiversidad e implementar proyectos de restauración ecológica en áreas degradadas.

Para poder tener un turismo sostenible se debe promover actividades turísticas respetuosas con el medio ambiente, como el senderismo, la observación de aves y el turismo educativo, se debe establecer reglas estrictas para

minimizar el impacto ambiental del turismo y educar a los visitantes sobre la importancia de proteger la naturaleza.

En cuanto al desarrollo económico local, permite promover prácticas agrícolas que no degraden el suelo ni contaminen el agua, como la agrosilvicultura y la acuicultura., también apoya a las comunidades locales para desarrollar y vender artesanías y productos tradicionales, generando ingresos sin dañar el medio ambiente.

En cuanto a la gestión de recursos naturales, se realizan prácticas para implementar sistemas de riego eficientes y promover la recolección de agua de lluvia para reducir el consumo de agua.

Es importante rescatar la Educación y participación social, permitiendo desarrollar programas educativos en escuelas y comunidades para crear conciencia sobre la importancia de la protección del medio ambiente, para esto se debe involucrar a las comunidades locales en la planificación e implementación de proyectos de desarrollo sostenible, garantizando que se tengan en cuenta sus necesidades y conocimientos.

Y por último la necesidad de una infraestructura Sostenible, para mejorar el transporte público y las rutas ciclistas, reduciendo la dependencia de los vehículos personales.

La implementación de estas estrategias en Pacoche, requiere la colaboración entre el gobierno, las ONG, las empresas y las comunidades locales (Terán y Ruíz, 2020).

Gracias a un enfoque integrado, es posible avanzar hacia un modelo de desarrollo que respete y proteja los recursos naturales, mejorando al mismo tiempo la calidad de vida de las personas.

Metodología

Además de las observaciones investigación es cualitativa, analítica y descriptiva, utilizando técnicas como; la entrevista a guías e invitados del refugio. Se analizaron datos sobre llegadas de turistas, ingresos económicos y actividades de conservación patrocinadas por el ecoturismo. También se evaluó el estado de conservación de especies clave y la cobertura terrestre en áreas accesibles y sin ellos a los turistas (Organización Mundial de la Salud, 2018)

Se refirió a métodos como el deductivo, el inductivo, material bibliográfico y las entrevistas como una herramienta que proporciona veracidad en los resultados obtenidos dentro de la investigación.

Para diagnosticar el estado actual de Pacoche, fue necesario realizar investigaciones teniendo en cuenta varios aspectos claves de la zona en cuestión. Esto puede incluir análisis ambientales, socioeconómicos y culturales, así como evaluaciones de infraestructura y recursos.

A continuación, se muestra una breve descripción de los posibles resultados como; Identificar las plantas y animales que se encuentran en Pacoche, con especial énfasis en especies endémicas o en peligro de extinción. Se evaluó la salud de diferentes ecosistemas (bosques, humedales, zonas ribereñas) y hábitats críticos.

Otro aspecto importante que se determinó fue la economía de la población en la que se determinó, datos sobre la población local, incluida la distribución por edades, el nivel educativo y las principales ocupaciones, se valoró las principales actividades económicas (agricultura, pesca, turismo), fuentes de ingresos y niveles de empleo, deja como resultado lo indicadores de bienestar social, como acceso a servicios de salud, educación, vivienda y transporte.

El estado actual de vías, puentes, electricidad, agua potable y aguas residuales, como infraestructura es de su gran importancia ya que la localidad requiere de estos recursos para poder tener estabilidad.

Otro aspecto que también se pudo identificar es el estado actual de conservación del patrimonio cultural tangible (monumentos, sitios arqueológicos) y del patrimonio cultural intangible (tradiciones, fiestas), la evaluación del impacto del turismo en la cultura y el medio ambiente locales, incluidos los beneficios y desafíos.

Y, por último; se logró identificar los peligros naturales (inundaciones, deslizamientos de tierra, terremotos) considerando que se debe evaluar y preparar a las personas ante estos eventos y también de debe analizar el impacto del cambio climático, incluyendo las condiciones climáticas y los recursos hídricos.

Un estudio detallado de estas áreas proporcionará una comprensión integral del estado actual de la Reserva Pacoche, permitiendo el desarrollo de estrategias de conservación y desarrollo sostenible apropiada para la región.

Resultados

Los resultados muestran que el ecoturismo ha contribuido significativamente a la conservación de la reserva, respaldan la hipótesis principal: "El ecoturismo en Pacoche contribuye a la conservación de la flora y fauna local, al promover las practicas sostenibles para generar una conciencia ambiental

en la localidad, esto se realizado por medio de varios análisis estadísticos, estudio de caso y un perfecto monitoreo ambiental.

- Resultado N°1: la implementación de buenas prácticas del ecoturismo en la Reserva Marino Pacoche reduce satisfactoriamente la presión sobre los recursos naturales del lugar, lo que permite el mantenimiento y recuperación de las especies nativas del lugar.
- Resultado N°2: Las entidades gubernamentales apoyan a la Reserva de manera poco significativa, pero; los ingresos que se dan en el lugar ayudan que el ecoturismo se reinvierta en programas de conservación y protección ambiental, mejorando la infraestructura para la conservación, esto ayuda a sensibilizar a los visitantes sobre la importancia de la conservación del medio ambiente, haciendo así un comportamiento más responsable en los turistas.
- Resultado N°3: Se considera de manera muy directa a la participación de la comunidad local en las actividades de ecoturismo para de cierta manera generar empleo y mejorando así las condiciones socioeconómicas de la Reserva, esto permite reducir la necesidad de actividades extractivas perjudiciales para el medio ambiente.

Discusión

Si bien se ha demostrado que el ecoturismo aporta beneficios, también se han identificado desafíos, como la necesidad de gestionar adecuadamente el número de visitantes para evitar la degradación del hábitat. La educación ambiental es un elemento clave para concienciar a los turistas sobre la importancia de la conservación de la naturaleza.

Proteger la Reserva Natural Pacoche en Ecuador es extremadamente importante debido a la rica biodiversidad y el ecosistema único en el que se encuentra. Ubicada en la provincia de Manabí, esta reserva incluye áreas de selva tropical y alberga una importante diversidad de flora y fauna, incluida especies endémicas y en peligro de extinción.

Pacoche es el hogar de muchas especies de plantas y animales. Los mamíferos incluyen monos aulladores, ocelotes y varias especies de murciélagos. Este es también refugio de muchas especies de aves, reptiles y anfibios. La selva tropical de Pacoche juega un papel importante en la regulación del clima local y el ciclo del agua. Además; estos ecosistemas actúan como sumideros de carbono, ayudando a mitigar los efectos del cambio climático, la protección de Pacoche es importante para proteger especies endémicas y en

peligro de extinción. La destrucción de su hábitat podría provocar la extinción de algunas de estas especies.

Es importante recalcar las amenazas a la Reserva Natural de Pacoche como, la tala ilegal y la expansión agrícola son amenazas constantes que están reduciendo las áreas forestales y degradando los hábitats naturales, la caza furtiva y el tráfico de vida silvestre son problemas graves que ponen en riesgo a especies vulnerable, la expansión urbana y el desarrollo turístico no planificado pueden destruir importantes áreas naturales y afectar negativamente a la biodiversidad.

Es importante las diversas estrategias de protección: como el promover la educación ambiental entre las comunidades locales y los visitantes es importante para fomentar prácticas sostenibles y crear conciencia sobre la importancia de la conservación de la naturaleza, fortalecer y hacer cumplir las leyes ambientales puede ayudar a reducir la deforestación y la caza ilegal. También es importante la creación de áreas protegidas y reservas naturales, los programas de reforestación y restauración ecológica pueden ayudar a restaurar áreas degradadas y mejorar el hábitat de la vida silvestre, fomentar la investigación sobre la biodiversidad y los ecosistemas de Pacoche puede proporcionar datos importantes para el manejo y conservación efectivos de la reserva y desarrollar un turismo responsable y sostenible que respete los ecosistemas y beneficie a las comunidades locales puede ser una poderosa herramienta de conservación.

Conclusiones

El ecoturismo en el Santuario de Vida Silvestre Pacoche, ha demostrado ser una herramienta eficaz para proteger la flora y la fauna locales. Sin embargo, para minimizar los impactos negativos y maximizar los beneficios, se requieren medidas de gestión sostenible y un seguimiento continuo.

Proteger la Reserva Natural de Pacoche es importante para mantener la biodiversidad y los servicios ecosistémicos que proporciona. Es importante adoptar un enfoque integral que incluya participación comunitaria, defensa legal, educación e investigación. Sólo mediante esfuerzos coordinados y sostenidos se podrá garantizar que Pacoche siga siendo una reserva natural y un sitio de patrimonio natural para las generaciones futuras.

El ecoturismo ha tenido un impacto significativo en la conservación de Pacoche, una reserva natural ubicada en la costa de Ecuador. Aquí algunas conclusiones sobre sus aportes:

El ecoturismo genera ingresos que se reinvierten en la conservación de la zona. Estos fondos son necesarios para financiar proyectos de reforestación, controlar especies invasoras y proteger la fauna nativa.

Los turistas que visiten Pacos aprenderán sobre la importancia de la biodiversidad y los ecosistemas locales. Esto aumenta la conciencia ambiental tanto entre visitantes como residentes, fomentando un mayor apoyo a las iniciativas ambientales.

El ecoturismo ha creado puestos de trabajo para las comunidades locales, desde guías turísticos hasta personal de apoyo. Esto no sólo mejora la economía local, sino que también anima a la gente a proteger los recursos naturales que atraen a los turistas.

El número de turistas y el interés internacional en Pacoche han aumentado la necesidad de mantener y mejorar las protecciones legales para la región. Esto podría conducir a un mayor seguimiento y mejores salvaguardias.

La demanda de alojamiento turístico sustentable ha incentivado la construcción de infraestructura que minimice el impacto ambiental, como senderos naturales e instalaciones de alojamiento amigables con el medio ambiente.

Los ingresos y el interés generados por el ecoturismo respaldan la investigación científica y el seguimiento continuo de la salud del ecosistema, lo que permite ajustar las estrategias de conservación según sea necesario.

De esta manera, el ecoturismo en Pacoche no sólo proporciona los recursos financieros necesarios para proteger el medio ambiente, sino que también aumenta la conciencia pública y la participación en la protección del medio ambiente, creando un círculo virtuoso que beneficia tanto a la biodiversidad local como a las comunidades humanas.

Referencias Bibliográficas

Ministerio del Ambiente de Ecuador. (2020). Informe Anual de Conservación del Refugio de Vida Silvestre Pacoche. <https://www.ambiente.gob.ec/refugio-de-vida-silvestre-pacoche/>

Organización Mundial de la Salud. (2018). Agua potable salubre y saneamiento básico en pro de la salud. Recuperado de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/drinking-water>

Terán, C. y Ruíz, C. (2020). Impacto del Ecoturismo en Áreas Protegidas: caso de estudio Ecuador. *RECINATUR international journal of applied sciences, nature and tourism* 2(1).

.....

García López, T. y Cano, M. (2022). El FODA: una técnica para el análisis de problemas en el contexto de la planeación en las organizaciones.

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo XX

Importancia cultural de los mamíferos terrestres para fomentar un turismo de vida silvestre

AUTORES: Sonia Rosete Blandariz; Romina Stephania Saéñz Veliz;
Yumileika Sulay Quimis Lascano



SABEREC 5.0

Resumen

La relevancia cultural de los mamíferos terrestres en el impulso del turismo de vida silvestre se aborda mediante la evaluación de su valor cultural y su importancia para las comunidades locales. Este estudio tuvo como objetivo registrar, validar y acreditar las especies de mayor interés turístico y cultural en Jipijapa, Manabí, Ecuador. Se realizaron encuestas a residentes locales y expertos para recopilar los mamíferos y sus usos, seguido del cálculo del valor de importancia de cada especie. Los resultados revelaron la presencia de 52 especies de mamíferos, la mayoría de ellas amenazadas. Las especies de mayor valor cultural fueron *Ateles fusciceps*, *Bradypus variegatus*, *Chironectes minimus*, *Didelphis marsupialis*, *Lycalopex sechurae*, *Sciurus stramineus* y *Vampyrum spectrum*, asociadas a paisajes culturales. Los usos registrados incluyen safari fotográfico, avistamiento de primates, trekking y senderismo, visitas a reservas naturales, turismo de conservación y turismo rural. Este enfoque etnozoológico proporciona una base sólida para la planificación y análisis de actividades turísticas centradas en la fauna local, lo que contribuye a la conservación de la biodiversidad y al desarrollo sostenible de la región.

Palabras clave: etnozología, factor de consenso del informante, frecuencia relativa de citación, importancia relativa, valor cultural.

Abstract

The cultural significance of terrestrial mammals in promoting wildlife tourism is addressed through the evaluation of their cultural value and importance to local communities. This study aimed to record, validate, and accredit species of high tourist and cultural interest in Jipijapa, Manabí, Ecuador. Surveys were conducted with local residents and experts to compile information on mammals and their uses, followed by calculating the importance value of each species. The results revealed the presence of 52 mammal species, with the majority being threatened. Species of highest cultural value included *Ateles fusciceps*, *Bradypus variegatus*, *Chironectes minimus*, *Didelphis marsupialis*, *Lycalopex sechurae*, *Sciurus stramineus*, and *Vampyrum spectrum*, associated with cultural landscapes. Recorded uses encompassed photographic safaris, primate watching, trekking, hiking, visits to nature reserves, conservation tourism, and rural tourism. This ethnozological approach provides a solid foundation for planning and analyzing wildlife-focused tourist activities, contributing to biodiversity conservation and sustainable regional development.

Keywords: ethnozology, informant consensus factor, relative citation frequency, relative importance, cultural value.

Introducción

Los estudios etnozoológicos son fundamentales para comprender la biología y los vínculos socioculturales entre humanos y animales. A través de ellos, es posible identificar y entender el uso de la vida silvestre para diversos fines, como la alimentación, la medicina tradicional, el comercio, la religión, la cultura y el turismo. El turismo de vida silvestre ha emergido como una industria en crecimiento, con una demanda cada vez mayor de experiencias auténticas y sostenibles que permitan a los visitantes conectarse con la naturaleza. Los mamíferos terrestres juegan un papel crucial en este tipo de turismo debido a su atractivo cultural y ecológico. Su presencia no solo contribuye a la biodiversidad, sino que también posee un valor simbólico y emocional profundo en diversas culturas alrededor del mundo.

En muchas culturas, los mamíferos terrestres son vistos como símbolos de fuerza, libertad y sabiduría. Por ejemplo, los elefantes en África no solo son un pilar del ecosistema, sino que también son venerados en muchas culturas locales por su inteligencia y longevidad, lo que los convierte en una atracción clave para los turistas que buscan una conexión más profunda con el entorno natural y cultural (Blake, et al., 2008). Asimismo, los tigres en Asia son emblemáticos de poder y realeza, y su avistamiento en reservas naturales fomenta un turismo que apoya tanto la economía local como los esfuerzos de conservación (Karanth y Stith, 1999).

El atractivo de los mamíferos terrestres también se ve reflejado en la economía. Un estudio de la Organización Mundial del Turismo (OMT) señala que el turismo de vida silvestre representa una fuente significativa de ingresos para muchos países en desarrollo, proporcionando empleo y promoviendo la conservación del hábitat natural (OMT, 2014). Además, la experiencia de observar mamíferos en su entorno natural ofrece a los turistas una oportunidad única de educación y concienciación sobre la importancia de la conservación de especies en peligro de extinción (Duffus y Dearden, 1990).

Sin embargo, a pesar de esta importancia, no siempre este conocimiento puede ser fácilmente agregado en programas de uso turístico sustentable de la vida silvestre, ya que la relación entre los mamíferos terrestres y las culturas humanas es compleja y multifacética. Mientras que los estudios etnozoológicos pueden contribuir al desarrollo de estrategias de conservación, este trabajo proporciona conocimiento local sobre los mamíferos terrestres y también analiza cómo esta información puede ser incorporada en un programa de manejo turístico. La preservación de estos animales no solo asegura la

continuidad de los ecosistemas, sino que también mantiene vivas las tradiciones y mitologías que enriquecen el patrimonio cultural de las comunidades locales. Por ende, fomentar el turismo de vida silvestre centrado en mamíferos terrestres puede ser una estrategia eficaz para promover la conservación y el desarrollo sostenible. Los resultados obtenidos permitirán desarrollar estrategias de turismo sostenible que integren y respeten el valor cultural de los mamíferos terrestres, fomentando la conservación de la biodiversidad y generando beneficios económicos para las comunidades locales. A través de la identificación de prácticas efectivas, se podrán diseñar programas de turismo que no solo atraigan a los visitantes, sino que también eduquen sobre la importancia de la conservación, apoyen la economía local y preserven las tradiciones culturales asociadas a estos animales.

Metodología

Este estudio combina datos etnozoológicos, datos zoológicos de mamíferos (Brito et al., 2023) e información de conservación (IUCN, 2024). Los datos fueron registrados a partir de 2022, como parte de los proyectos de investigación "Biodiversidad de interés para el turismo en la región costa del Ecuador" (culminado), "Inventario de los recursos biológicos de interés para el desarrollo local en la parroquia El Anegado, Manabí, Ecuador" (en ejecución), "Actitudes de la comunidad hacia el desarrollo del ecoturismo y la conservación ambiental en la reserva natural: un caso de las áreas protegidas de Manabí, Ecuador" (en ejecución) y "Atractivos turísticos de la diversidad biológica en la región costa de Ecuador", financiados por la Universidad Estatal del Sur de Manabí, Ecuador.

Se proporcionó información relacionada con el propósito del estudio a todos los participantes y se obtuvo su consentimiento libre, previo e informado (para entrevistar, grabar, fotografiar y/o publicar su conocimiento) de cada uno de ellos oralmente al comienzo de sus entrevistas. Todas las entrevistas se ajustaron al Código de Ética de la Sociedad Internacional de Etnobiología (International Society of Ethnobiology, 2008). Considerando también las obligaciones del Protocolo de Nagoya, se aprobó que *"el derecho de uso y propiedad de cualquier conocimiento tradicional de todos los informantes sigue siendo de ellos, y que cualquier uso de la información, excepto para publicación científica, requiere el consentimiento adicional de los propietarios tradicionales y el consenso sobre el acceso a los beneficios derivados de su posible uso posterior"* (Convention on Biological Diversity, 2011).

Se utilizó una técnica de bola de nieve para encontrar participantes que tuvieran conocimientos tradicionales significativos sobre los mamíferos terrestres y su uso en el turismo. La mayoría de los participantes eran personas de edad avanzada, gestores y trabajadores del sector turístico. Cada uno fue entrevistado individualmente, durante un promedio de 2 horas, con cuestionarios semiestructurados. Por lo general, los familiares y vecinos de la persona también contribuyeron a la entrevista. Se tomó notas directamente en un cuaderno durante todas las entrevistas. Se documentó información sobre los mamíferos terrestres silvestres, específicamente con datos sobre (1) sus nombres populares, (2) lugar donde se pueden encontrar con mayor facilidad, y (3) usos turísticos. Además, se hicieron observaciones y se tomaron fotografías en lugares relevantes siempre que fue posible para documentar usos no mencionados y también observar prácticas etnozoológicas vivas.

En primer lugar, se les realizó una breve descripción de que son los mamíferos terrestres silvestres, comenzando con la importancia del realizar un estudio sobre los mamíferos terrestres silvestres de localidad y su potencial para su uso en el turismo, se les acotó que estos son animales como zorros, armadillos, murciélagos, monos, ratones y zarigüeyas, y que queríamos saber qué mamíferos han visto en el área. Una vez realizada la introducción, se pidió a los participantes que comentaran los puntos sobre los mamíferos terrestres que les vinieron inmediatamente a la mente (~ 15 min). A continuación, se les mostraron fotos de mamíferos y se les pidió que identificaran los nombres vernáculos y el uso como potencial para desarrollar el turismo de vida silvestre (~ 45 min). Dependiendo del clima y la disposición de los participantes, se realizó una "caminata por el área" para observar las especies (~ 45 min). Para confirmar la información previa y obtener más conocimientos sobre varios mamíferos, se mostró a los participantes un catálogo ilustrado de mamíferos (Brito *et al.*, 2023), que incluía las especies de la región (~ 45 min). Algunos participantes fueron visitados una segunda vez para completar la primera entrevista o para confirmar la información. Se realizaron la identificación de las especies utilizando el catálogo ilustrado de mamíferos (Brito *et al.*, 2023).

La información de obtuvo a través de 100 entrevistas semiestructuradas y en profundidad a 6 personas (rango de edad de 45 a 95 años, edad media 58 años). Se hicieron preguntas abiertas sobre los mamíferos terrestres de interés para el turismo en la zona. Se plantearon preguntas similares a todos los informantes para recopilar el conocimiento completo en los diferentes contextos de usos turísticos (por ejemplo, observación de vida silvestre, ecoturismo). Se buscó, en su mayoría personas mayores que habían vivido y trabajan en

el sector del turismo (guías turísticos, servicios de alojamientos, restauración, entre otros). Las entrevistas se realizaron en los hogares o fuentes de empleo de los informantes, en un entorno familiar y espontáneo. Cuando fue posible se organizaron caminatas por el campo para observar especímenes de fauna y para completar las listas de mamíferos y sus usos. Se realizaron preguntas abiertas sobre la abundancia de las especies, zonas donde se podían localizar, así como el momento donde se podían observar con mayor facilidad. Las notas sobre estas conversaciones se registraron en un cuaderno. Los ejemplares visualizados fueron fotografiados para su posterior identificación.

Para el análisis de los datos, todas las especies reportadas y sus datos etnozoológicos (uso potencial en el turismo) relevantes se ingresaron en una hoja de cálculo de Microsoft® Excel en un orden basado en informes de uso (UR), siguiendo las categorías del estándar de recopilación de datos etnozoológicos (Terrance, 2014) sin la colecta del ejemplar. Bajo cada categoría de uso potencial para el turismo, cada uso diferente se contabilizó como un UR. Por ejemplo, si un participante mencionó una especie utilizada para "ecoturismo" y "observación de vida silvestre", contó como 2 UR. En segundo lugar, se extrajeron los datos de los mamíferos silvestres y sus informes de uso turísticos relacionados. Después de una clasificación final de las categorías, se construyeron tablas dinámicas para un análisis posterior. Para la clasificación final de los usos turísticos reportados consideró las sugerencias de varios autores de estudios previos (Brown, 2018; Green et al., 2021; Jones, 2019; Miller, 2019; Smith, 2020; Taylor, 2017 y White, 2016). Se determinaron seis (6) categorías de uso turístico amplias para varias subcategorías emic (Tabla 48). Por ejemplo, la categoría de "observación de vida silvestre" reflejan el conocimiento y la percepción de las comunidades locales respecto a estas especies que incluyen, usos culturales o religiosos (mamíferos que tienen un significado simbólico, cultural o religioso para la comunidad), impacto de los mamíferos en la agricultura y ganadería (percepciones sobre cómo los mamíferos terrestres afectan las actividades agrícolas y ganaderas), mitos y leyendas (historias, creencias y leyendas locales que involucran a mamíferos terrestres), así como el peligros y precauciones (conocimientos sobre los peligros asociados con ciertos mamíferos terrestres y las precauciones que se deben tomar), entre otros.

Tabla 48.

Categorías de usos turísticos asignadas para las actividades turísticas.

Categorías (Códigos)	Descripción de las actividades turísticas
Atracciones en parques temáticos (APT)	Algunos parques temáticos incorporan exhibiciones de mamíferos terrestres para educar y entretener a los visitantes, enfocándose en la conservación y el bienestar animal (Miller, 2019).
Ecoturismo (ECT)	Los destinos que promueven la conservación de especies, atraen visitantes interesados en el ecoturismo y la protección ambiental (Green et al., 2021).
Educación y sensibilización (EDS)	Parques y reservas naturales ofrecen programas educativos sobre mamíferos terrestres, destacando su importancia ecológica y los desafíos de conservación que enfrentan (Taylor, 2017).
Observación de vida silvestre (OVS)	Los mamíferos terrestres, son a menudo el principal atractivo en safaris y tours de observación de vida silvestre en sus hábitats naturales (Smith, 2020; Jones, 2019).
Turismo de aventura (TAV)	Actividades como el trekking para avistarlos o su seguimiento atraen a turistas en busca de experiencias cercanas con mamíferos terrestres (Brown, 2018).
Turismo de caza fotográfica (TCF)	En lugar de la caza deportiva, el turismo de caza fotográfica permite a los visitantes capturar imágenes de mamíferos terrestres en su entorno natural, promoviendo prácticas sostenibles y el respeto por la vida silvestre (White, 2016).

Para analizar el valor cultural de las especies y sus usos, se empleó estadística descriptiva mediante hojas de cálculo Excel y el software R (versión 4.1.0), tomando los datos de los 6 informantes claves. Específicamente, se utilizó el paquete *ethnobotanyR* (De Cáceres et al., 2017) dentro del entorno R. Se obtuvieron los valores básicos de Frecuencia de citación (FC), Numero de usos – reportes (UR), Numero de usos (NU), así como los índices de Importancia Cultural (CI), Frecuencia relativa de citación (RFC), Importancia Relativa (RI) y Valor Cultural (CV) (Tardío y Pardo-de-Santayana, 2008).

Resultados

La diversidad de especies registradas mediante la participación activa de la población local en la actualización de los listados de interés turístico es de 52 especies de mamíferos terrestres en la zona rural del cantón Jipijapa, Ecuador. De estas especies, 49 se encuentran en estado de amenaza, siendo notable la presencia de *Simosciurus stramineus* como una especie endémica de la zona (Tabla 49). Es importante destacar que muchas de estas especies están estrechamente ligadas a paisajes culturales, es decir, áreas

transformadas por la intervención humana, lo que añade un componente único a su estudio.

Estas especies varían en su categoría de amenaza, abarcando desde "Preocupación menor" hasta "Peligro crítico" y "Vulnerable". Algunas especies destacadas incluyen el "mono araña de cabeza marrón" (*Ateles fusciceps*) y el "zorro de Sechura" o "lobo de la costa" (*Lycalopex sechurae*), ambas catalogadas como "Peligro crítico". También se identificaron especies como la "zarigüeya de agua" (*Chironectes minimus*) y el "ratón bolsero ecuatoriano" (*Heteromys teleus*) en categorías de amenaza. La lista refleja la diversidad de mamíferos en la zona y resalta la importancia de implementar medidas de conservación para proteger estas especies, especialmente aquellas en categorías de amenaza más elevadas. Estos datos respaldan la necesidad de desarrollar estrategias de turismo sostenible que ayuden a preservar esta rica biodiversidad y a generar ingresos económicos para la conservación en el cantón Jipijapa.

Tabla 49.

Listado de las especies de mamíferos de Jipijapa, Manabí, Ecuador. Endemismo.

Nombre científico	Nombre común	Categoría de amenaza
<i>Aegialomys xantheolus</i> (Thomas, 1894)	ratoncillo amarillento	Preocupación menor
<i>Artibeus aequatorialis</i> (Larsen et al. 2010)	murciélago frutero ecuatoriano	Preocupación menor
<i>Artibeus fraterculus</i> (Anthony, 1924)	murciélago frutero fraternal	Datos Insuficientes
<i>Ateles fusciceps</i> (Gray, 1866)	mono araña de cabeza marrón	Peligro crítico
<i>Bradypus variegatus</i> (Schinz, 1825)	monos perezosos de garganta marrón	Preocupación menor
<i>Caluromys derbianus</i> (Waterhouse, 1841)	zarigüeya lanuda de derby	Vulnerable
<i>Carollia brevicaudum</i> (Schinz, 1821)	murciélago sedoso de cola corta	Preocupación menor
<i>Carollia perspicillata</i> (Linnaeus, 1758)	murciélago común de cola corta	Preocupación menor
<i>Centronycteris centrales</i> (Thomas, 1912)	murciélago peludo de centroamérica	Preocupación menor
<i>Chiroderma villosum</i> (Peters, 1860)	murciélago de ojos grandes peludo	Preocupación menor
<i>Chironectes minimus</i> (Zimmermann, 1780)	zarigüeya de agua	Casi amenazada
<i>Desmodus rotundus</i> (Geoffroy, 1810)	murciélago vampiro común	Preocupación menor
<i>Didelidurus albus</i> Wied-Neuwied, 1820	murciélago fantasma blanco	Preocupación menor
<i>Didelphis marsupialis</i> (Linnaeus, 1758)	zarigüeya común de orejas negras	Preocupación menor
<i>Gardnerycteris crenulatum</i> (Geoffroy, 1803)	murciélago rayado de nariz peluda	Preocupación menor
<i>Glossophaga soricina</i> (Pallas, 1766)	murciélago de lengua larga	Preocupación menor
<i>Glyphonycteris daviesi</i> (Hill, 1964).	murciélago anciano de davies	Datos insuficientes
<i>Handleyomys alfaroi</i> (Allen, 1891)	ratón de Alfaro	Preocupación menor

Nombre científico	Nombre común	Categoría de amenaza
<i>Heteromys teleus</i> (Anderson y Jarrín, 2002)	ratón bolsero ecuatoriano	En peligro
<i>Lichonycteris obscura</i> (Thomas, 1895)	murciélago nectarívoro oscuro	Vulnerable
<i>Lonchophylla concava</i> (Goldman, 1914)	murciélago nectarívoro	Preocupación menor
<i>Lonchophylla robusta</i> (Miller, 1912)	murciélago nectarario anaranjado	Preocupación menor
<i>Lonchorhina aurita</i> (Tomes, 1863)	murciélago de nariz de lanza común	Preocupación menor
<i>Lycalopex sechurae</i> (Thomas, 1900)	zorro de Sechura o lobo de la costa	Vulnerable
<i>Marmosa simonsi</i> (Thomas, 1899)	marmosa de simons, zarigüeya ratón	Preocupación menor
<i>Melanomys caliginosus</i> (Tomes, 1860)	ratón moreno	Preocupación menor
<i>Micronycteris hirsuta</i> (Peters, 1869)	murciélago orejudo peludo	Preocupación menor
<i>Micronycteris megalotis</i> (Gray, 1842)	murciélago orejudo pequeño	Preocupación menor
<i>Molossus molossus</i> (Pallas, 1766)	murciélago mastín común	Preocupación menor
<i>Myotis nigricans</i> (Schinz, 1821)	murciélago negro	Preocupación menor
<i>Myotis riparius</i> (Handley, 1960)	murciélago ripario	Preocupación menor
<i>Nasua narica</i> (Linnaeus, 1766)	coatí de nariz blanca, tejón	Preocupación menor
<i>Nyctinomops macrotis</i> (Gray, 1839)	murciélago grande de cola libre	Preocupación menor
<i>Oecomys bicolor</i> (Tomes, 1860)	rata arborícola de vientre blanco	Preocupación menor
<i>Philander melanurus</i> (Thomas, 1899)	zarigüeya gris de cola oscura	Preocupación menor
<i>Phyllostomus discolor</i> (Wagner, 1843)	murciélago nariz de lanza pálido	Preocupación menor
<i>Platyrrhinus umbratus</i> (Lyon, 1902)	murciélago de nariz ancha sombrío	Preocupación menor
<i>Proechimys decumanus</i> (Thomas, 1899)	rata espinosa del pacífico	Preocupación menor
<i>Proechimys semispinosus</i> (Tomes, 1860)	rata espinosa de tomes	Preocupación menor
<i>Rhinophylla alethina</i> (Handley, 1966)	murciélago frutero pequeño peludo	Datos insuficientes
<i>Sigmodon peruanus</i> (Allen, 1897)	rata algodónera peruana	Preocupación menor
<i>Sigmodontomys alfari</i> (Allen, 1897)	rata de agua de Alfaro	Vulnerable
<i>Simosciurus stramineus</i> (Eyedoux y Souleyet, 1841)	ardilla de Guayaquil	Preocupación menor
<i>Sturnira bakeri</i> (Velazco y Patterson, 2014)	murciélago de hombros amarillos	No evaluada
<i>Sturnira luisi</i> (Davis, 1980)	murciélago de hombros amarillos de Luis	Preocupación menor
<i>Syntheosciurus granatensis</i> (Humboldt, 1811)	ardilla de cola roja	Preocupación menor
<i>Tamandua mexicana</i> (Saussure, 1860)	oso hormiguero, tamandúa norteño	Preocupación menor
<i>Trachops cirrhosus</i> (Spix, 1823)	murciélago de labio verrugoso	Preocupación menor
<i>Transandinomys bolivarisi</i> (Allen, 1901)	ratón transandino de Bolívar	Preocupación menor
<i>Transandinomys talamancae</i> (Allen, 1891)	ratón transandino de talamanca	Preocupación menor
<i>Vampyressa thylene</i> (Thomas, 1909)	murciélago pequeño de orejas amarillas	Preocupación menor
<i>Vampyrum spectrum</i> (Linnaeus, 1758)	murciélago espectral	Casi amenazada

Se obtuvo un total de 416 informes de usos (UR), siendo los usos turísticos de mayor interés la educación y sensibilización (86 menciones), observación de vida silvestre (81) y turismo de caza fotográfica (80), seguidos del ecoturismo (74), turismo de aventura (73) y atracciones en parques temáticos (22) (Tabla 50). Diversos estudios han examinado el impacto del turismo en la fauna silvestre. En Sudamérica, se ha observado que los usos turísticos más comunes incluyen la educación y sensibilización, la observación de vida silvestre y el turismo de caza fotográfica (Carlos y García- Londoño 2023). Estos enfoques no solo brindan experiencias emocionantes para los visitantes, sino que también generan ingresos económicos y promueven la conservación. Sin embargo, es crucial abordar el turismo de manera sostenible para proteger a los mamíferos y su entorno natural.

Tabla 50.

Número de informes de usos (UR) y porcentaje de categorías de uso.

Categorías (Códigos)	Número de UR	Porcentaje
Educación y sensibilización (EDS)	86	20,67
Observación de vida silvestre (OVS)	81	19,47
Turismo de caza fotográfica (TCF)	80	19,23
Ecoturismo (ECT)	74	17,79
Turismo de aventura (TAV)	73	17,55
Atracciones en parques temáticos (APT)	22	5,29
Total	416	100

La categoría de uso más común fue la de Educación y sensibilización (EDS) (Figura 39), seguido por Observación de vida silvestre (OVS) y Turismo de caza fotográfica (TCF). Varias especies contribuyeron a esta categoría de uso, siendo las principales entre ellas, *Ateles fusciceps*, *Aegialomys xanthaeolus*, *Bradypus variegatus*, *Chironectes minimus*, *Glyphonycteris daviesi*, *Carollia brevicaudum*, *Carollia perspicillata*, *Chiroderma villosum* y *Desmodus rotundus*. El turismo educativo permite a los visitantes aprender sobre la biodiversidad local, los desafíos de la conservación y la importancia de proteger a los mamíferos en su entorno natural. Los turistas pueden apreciar la belleza y el comportamiento de especies como *Ateles fusciceps*, *Aegialomys xanthaeolus* y *Bradypus variegatus*. El Turismo de Caza Fotográfica es una alternativa ética a la caza física y destaca especies como *Chironectes minimus* y *Glyphonycteris daviesi*.

ser asignadas a una determinada especie de mamíferos, siendo *Vampyrum spectrum* la de mayor importancia cultural según el índice CI. Las segundas especies en el ranking son *Ateles fusciceps* (IC= 4,000) y *Tamandua mexicana* (IC= 4,000), como indican las cifras de los componentes del índice IC, su uso fue citado por los 6 informantes en las seis categorías.

Los datos evidenciaron diferencias apreciables en las especies ranking obtenido por los distintos índices establecidos. Aunque las cuatro primeras especies (*Ateles fusciceps*, *Lycalopex sechurae*, *Simosciurus stramineus*, *Tamandua mexicana* y *Vampyrum spectrum*) son iguales en todos, el orden varía dependiendo del índice elegido. Los índices RI y CV sitúan a *Vampyrum spectrum* en primer lugar porque estos dos índices asignan mayor importancia a la multiplicidad de usos y la especie fue mencionada en un mayor número de categorías de uso (NU=6). Sin embargo, *Ateles fusciceps* y *Simosciurus stramineus* lógicamente debe considerarse el más importantes ya que predominan en el paisaje y son mencionados por un mayor número de informantes en las entrevistas realizadas al mayor número de colaboradores.

Además, se observó que algunas especies, comúnmente denominadas "murciélagos" o "ratas o ratones de campo", generan sentimientos de miedo entre los habitantes locales. Entre las especies más destacadas para los turistas que visitan los senderos se encuentran *Sciurus stramineus*, *Ateles fusciceps*, *Vampyrum spectrum* y *Lycalopex sechurae*. Sin embargo, es relevante señalar que todas estas especies presentan poblaciones reducidas en el área de estudio, siendo *Vampyrum spectrum* la que genera un mayor sentimiento de miedo. Este análisis proporciona una base sólida para comprender la biodiversidad de mamíferos en la región y su relevancia para el turismo y la conservación.

Los resultados del estudio muestran que la expansión agrícola, impulsada principalmente por el cultivo de maíz y otras especies de ciclo corto, constituye la amenaza más significativa para la población de mamíferos en la zona. Además de esta presión sobre el hábitat, se identificaron otras amenazas preocupantes, como la sobreexplotación de especies para la fabricación de objetos artesanales con su piel, la persecución de especies consideradas dañinas, como algunos ratones silvestres y murciélagos, el envenenamiento, la mortalidad causada por equipos creados por el ser humano y las perturbaciones ocasionadas por el cambio climático.

Estos hallazgos resaltan la urgencia de implementar estrategias de turismo efectivas que puedan generar ingresos económicos destinados a la

conservación de estas especies. La investigación respalda la viabilidad de conciliar la actividad turística con la conservación efectiva de la vida silvestre en el cantón Jipijapa. Sin embargo, se subraya la importancia de mantener un monitoreo constante de las poblaciones de mamíferos, especialmente debido al previsible aumento del turismo de naturaleza y sus posibles impactos en la abundancia de las especies.

En este contexto, es esencial desarrollar una estrategia de marketing específica para Jipijapa que destaque la presencia de mamíferos preferidos por los turistas y promueva el potencial de observación de estas especies en la zona. Asimismo, se recomienda difundir una lista de animales "atractivos" para los visitantes, lo que podría contribuir a fortalecer el ecoturismo y fomentar la conservación de la biodiversidad en la región.

Tabla 51.

Evaluación de los mamíferos terrestres útiles para el turismo.

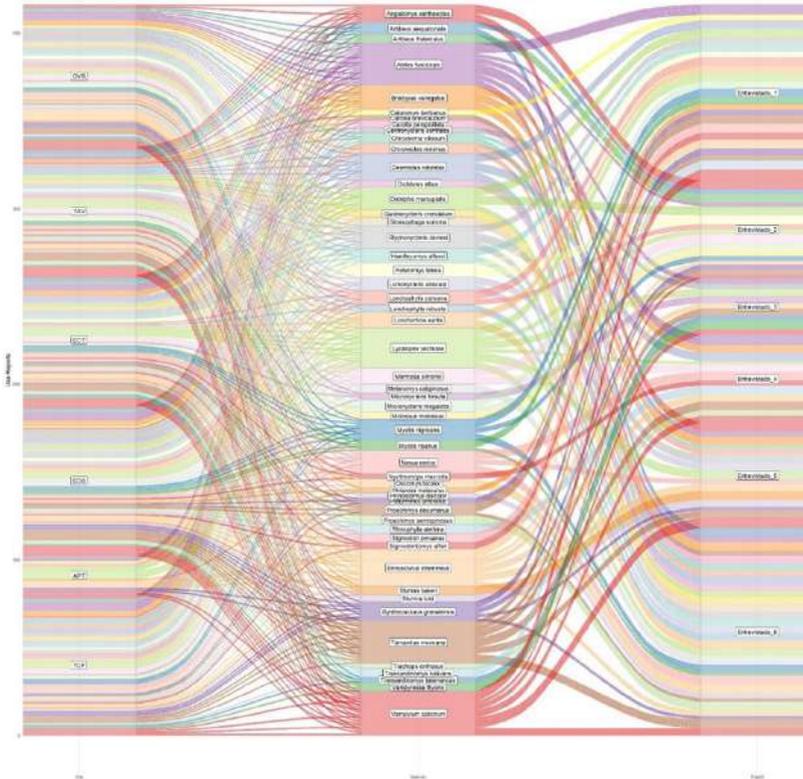
Especie	Valores Básicos				Índices				Ranking			
	FC	UR	NU	CI	RFC	RI	CV	CI	RFC	RI	CV	
<i>Vampyrum spectrum</i>	6	25	6	4.167	1.000	1.000	4.167	1	5	4	1	
<i>Ateles fusciceps</i>	6	24	6	4.000	1.000	1.000	4.000	2	1	1	2	
<i>Tamandua mexicana</i>	6	24	5	4.000	1.000	0.917	3.333	3	4	5	5	
<i>Lycalopex sechurae</i>	6	23	6	3.833	1.000	1.000	3.833	4	2	2	3	
<i>Simosciurus stramineus</i>	6	21	6	3.500	1.000	1.000	3.500	5	3	3	4	
<i>Desmodus rotundus</i>	3	15	5	2.500	0.500	0.667	1.042	6	8	8	7	
<i>Bradypus variegatus</i>	3	14	5	2.333	0.500	0.667	0.972	7	7	7	8	
<i>Didelphis marsupialis</i>	3	13	6	2.167	0.500	0.750	1.083	8	9	6	6	
<i>Glyphonycteris daviesi</i>	3	13	5	2.167	0.500	0.667	0.903	9	10	9	9	
<i>Nasua narica</i>	3	13	5	2.167	0.500	0.667	0.903	10	12	11	10	
<i>Myotis nigricans</i>	3	12	5	2.000	0.500	0.667	0.833	11	11	10	11	
<i>Syntheosciurus granatensis</i>	4	11	4	1.833	0.667	0.667	0.815	12	6	12	12	
<i>Aegialomys xanthaeolus</i>	2	10	5	1.667	0.333	0.583	0.463	13	13	13	13	
<i>Lonchorhina aurita</i>	2	9	5	1.500	0.333	0.583	0.417	14	21	18	14	
<i>Marmosa simonsi</i>	2	9	5	1.500	0.333	0.583	0.417	15	22	19	15	
<i>Handleyomys alfaroi</i>	2	8	5	1.333	0.333	0.583	0.370	16	17	15	16	
<i>Heteromys teleus</i>	2	8	5	1.333	0.333	0.583	0.370	17	18	16	17	

<i>Lichonycteris obscura</i>	2	8	4	1.333	0.333	0.500	0.296	18	19	25	21
<i>Lonchophylla concava</i>	2	8	5	1.333	0.333	0.583	0.370	19	20	17	18
<i>Artibeus aequatorialis</i>	2	7	5	1.167	0.333	0.583	0.324	20	14	14	19
<i>Micronycteris megalotis</i>	2	7	4	1.167	0.333	0.500	0.259	21	23	27	22
<i>Proechimys decumanus</i>	2	7	5	1.167	0.333	0.583	0.324	22	25	20	20
<i>Chiroderma villosum</i>	2	6	4	1.000	0.333	0.500	0.222	23	15	22	23
<i>Chironectes minimus</i>	2	6	4	1.000	0.333	0.500	0.222	24	16	23	24
<i>Myotis riparius</i>	2	6	4	1.000	0.333	0.500	0.222	25	24	28	25
<i>Artibeus fraterculus</i>	1	5	5	0.833	0.167	0.500	0.116	26	26	21	26
<i>Glossophaga soricina</i>	1	5	5	0.833	0.167	0.500	0.116	27	33	24	27
<i>Melanomys caliginosus</i>	1	5	5	0.833	0.167	0.500	0.116	28	35	26	28
<i>Oecomys bicolor</i>	1	5	5	0.833	0.167	0.500	0.116	29	39	29	29
<i>Proechimys semispinosus</i>	1	5	5	0.833	0.167	0.500	0.116	30	43	30	30
<i>Rhinophylla alethina</i>	1	5	5	0.833	0.167	0.500	0.116	31	44	31	31
<i>Sigmodon peruanus</i>	1	5	5	0.833	0.167	0.500	0.116	32	45	32	32
<i>Sturmira bakeri</i>	1	5	5	0.833	0.167	0.500	0.116	33	47	33	33
<i>Transandinomys bolivaris</i>	1	5	5	0.833	0.167	0.500	0.116	34	50	34	34
<i>Vampyressa thylene</i>	1	5	5	0.833	1.167	0.500	0.116	35	52	35	35
<i>Carollia perspicillata</i>	1	4	4	0.667	0.167	0.417	0.074	36	29	36	36
<i>Didelphis albiventris</i>	1	4	4	0.667	0.167	0.417	0.074	37	31	37	37
<i>Gardinermyotis crenulatum</i>	1	4	4	0.667	0.167	0.417	0.074	38	32	38	38
<i>Lonchophylla robusta</i>	1	4	4	0.667	0.167	0.417	0.074	39	34	39	39
<i>Micronycteris hirsuta</i>	1	4	4	0.667	0.167	0.417	0.074	40	36	40	40
<i>Molossus molossus</i>	1	4	4	0.667	0.167	0.417	0.074	41	37	41	41
<i>Sigmodontomys alfari</i>	1	4	4	0.667	0.167	0.417	0.074	42	46	42	42
<i>Sturmira luisi</i>	1	4	4	0.667	0.167	0.417	0.074	43	48	43	43
<i>Caluromys derbianus</i>	1	3	3	0.500	0.167	0.333	0.042	44	27	44	44
<i>Carollia brevicauda</i>	1	3	3	0.500	0.167	0.333	0.042	45	28	45	45
<i>Centronycteris centrales</i>	1	3	3	0.500	0.167	0.333	0.042	46	30	46	46
<i>Nyctinomops macrotis</i>	1	3	3	0.500	0.167	0.333	0.042	47	38	47	47
<i>Philander melanurus</i>	1	3	3	0.500	0.167	0.333	0.042	48	40	48	48
<i>Phyllostomus discolor</i>	1	3	3	0.500	0.167	0.333	0.042	49	41	49	49

<i>Platyrhinus umbratus</i>	1	3	3	0.500	0.167	0.333	0.042	50	42	50	50
<i>Trachops cirrhosus</i>	1	3	3	0.500	0.167	0.333	0.042	51	49	51	51
<i>Transandinomys talamancae</i>	1	3	3	0.500	0.167	0.333	0.042	52	51	52	52

Tabla 52.

Distribución entre los usos turísticos, las especies y los informantes claves.



La estadística descriptiva de los resultados obtenidos, utilizando los diferentes índices y valores básicos evidencia que el índice RI tendió a sobervalorar la especie (media=0,542, desviación estándar=0,181) en relación con otros índices. La razón es que la frecuencia relativa de citas y el número relativo de categorías de uso se normalizan dividiendo por el valor máximo, que va desde 0,333 a 1.00. Por el contrario, el índice CV asignó los valores más altos (media=0,611, desviación estándar=1.083) (Tabla 53).

Tabla 53.

Estadística descriptiva de los resultados obtenidos con cuatro índices cuantitativos.

	Valores Básicos				Índices		
	FC	UR	NU	CI	RFC	RI	CV
Promedio	2.019	8	4.481	1.333	0.36	0.542	0.611
Minino	1	3	3	0.5	0.167	0.333	0.042
Máximo	6	25	6	4.167	0.167	1.000	4.167
Desviación estándar	1.515	6.013	0.896	1.002	0.2781	0.181	1.083
Error estándar	0.21	0.834	0.124	0.139	0.0391	0.025	0.15

Conclusiones

La actualización de los listados de mamíferos en la zona rural del cantón Jipijapa, Ecuador, revela una rica diversidad de 52 especies, algunas en categorías de amenaza crítica o vulnerable. La presencia de especies emblemáticas como el “mono araña de cabeza marrón” y el “zorro de Sechura” destaca el potencial ecoturístico de la región. Sin embargo, amenazas significativas como la expansión agrícola y la sobreexplotación subrayan la necesidad urgente de implementar medidas de conservación y promover el turismo sostenible. Esta lista se convierte en una herramienta valiosa para planificar estrategias que protejan la biodiversidad y aseguren un futuro sostenible para Jipijapa y sus comunidades locales.

El conocimiento tradicional en los informantes claves en Jipijapa se caracteriza por el conocimiento de los mamíferos terrestres, manifestado por el número de especies identificadas y los usos múltiples de cada una de estas especies lo cual contribuyó a la clasificación de seis usos antropocéntricos: educación y sensibilización (86 menciones), observación de vida silvestre (81), turismo de caza fotográfica (80), ecoturismo (74), turismo de aventura (73) y atracciones en parques temáticos (22).

La evaluación de las especies de mamíferos en la zona rural del cantón Jipijapa destaca la importancia de *Vampyrum spectrum*, *Ateles fusciceps*, *Tamandua mexicana* y *Lycalopex sechurae* para el ecoturismo y la conservación. *Vampyrum spectrum* lidera en el índice de valores básicos con un puntaje CI de 4.167 y se posiciona en el primer lugar en los rankings de CI y CV. *Ateles fusciceps* sigue de cerca con un CI de 4.000 y se ubica en la segunda posición en el ranking general. *Tamandua mexicana* y *Lycalopex sechurae* también muestran altos valores de CI, RFC y RI, subrayando su relevancia en las estra-

tejas de conservación. Estos resultados evidencian la necesidad de priorizar la protección de estas especies, asegurando que el turismo sostenible beneficie tanto a la biodiversidad como a las comunidades locales.

Agradecimientos: Expresamos nuestra gratitud a todos los participantes por su consentimiento informado al inicio de la intervención en el área. Este estudio de campo, ha sido financiado por la Universidad Estatal del Sur de Manabí, por los proyectos de investigación "Biodiversidad de interés para el turismo en la región costa del Ecuador" (culminado), "Inventario de los recursos biológicos de interés para el desarrollo local en la parroquia El Anegado, Manabí, Ecuador" (en ejecución), "Actitudes de la comunidad hacia el desarrollo del ecoturismo y la conservación ambiental en la reserva natural: un caso de las áreas protegidas de Manabí, Ecuador" (en ejecución) y "Atractivos turísticos de la diversidad biológica en la región costa de Ecuador" (en ejecución).

Referencias Bibliográficas

- Blake, S., et al. (2008). Forest Elephant Crisis in the Congo Basin. *PLoS Biology*, 6(4), e111.
- Brito, J., Camacho, M. A., Romero, V., Vallejo, A. F. (2023). *Mamíferos del Ecuador*. Versión 2023.0. Museo de Zoología, Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <https://bioweb.bio/faunaweb/mammaliaweb/>
- Brown, A. (2018). *Wildlife Tourism: Impacts, Management and Planning*. Routledge.
- Carlos N. V. y García- Londoño A. F. (2023). Revisión bibliográfica sistemática del impacto del turismo en el bienestar de la fauna silvestre en Sudamérica. *El Periplo Sustentable*, 46:71 – 93. <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i46.21010>.
- Convention on Biological Diversity (2011). *Nagoya protocol on access to genetic resources and the fair and equitable sharing of benefits arising from their utilization to the convention on biological diversity*. <https://www.cbd.int/abs/doc/protocol/nagoya-protocol-en.pdf>.
- Duffus, D. A., y Dearden, P. (1990). Non-consumptive wildlife-oriented recreation: A conceptual framework. *Biological Conservation*, 53(3), 213-231.
- Green, C., et al. (2021). *Ecotourism and Conservation: Planning and Management*. Wiley.

- International Society of Ethnobiology (2008 edition). *International Society of Ethnobiology Code of Ethics* <http://ethnobiology.net/code-of-ethics>
- IUCN - International Union for Conservation of Nature and Natural Resource (2024). *The IUCN Red List of Threatened Species. Version 2024-1*. <https://www.iucnredlist.org>
- Jones, B. (2019). Safari Adventures: Wildlife Watching in Africa. National Geographic.
- Karanth, K. U., y Stith, B. M. (1999). Prey depletion as a critical determinant of tiger population viability. *Riding the Tiger: Tiger Conservation in Human-Dominated Landscapes*, 310-315.
- Miller, D. (2019). *Theme Parks and Conservation: Integrating Wildlife Exhibits for Education*. Springer.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2014). *Towards Measuring the Economic Value of Wildlife Watching Tourism in Africa – Briefing Paper*.
- Smith, J. (2020). *Wildlife Safaris: Exploring Nature's Wonders*. Lonely Planet.
- Tardío, J., y Pardo-de-Santayana, M. (2008). Cultural importance indices: A comparative analysis based on the useful wild plants of southern Cantabria (northern Spain). *Economic Botany*, 62(1), 24–39. <https://doi.org/10.1007/s12231-007-9004-5>
- Taylor, R. (2017). *Wildlife Education in Parks: Strategies for Awareness*. Oxford University Press.
- Terrance M. (2014). *Curating ethnozoological and zooarchaeological collections* -Chapter 6. In: Jan Salick, Katie Konchar and Mark Nesbitt (ed.). *Curating Biocultural Collections*. National Science Foundation, Biological Research Collections. <https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/distributed/C/bo18020976.html>
- White, S. (2016). *Ethical Wildlife Photography: Capturing Nature Responsibly*. Penguin Books.

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo XXI

Determinantes de desarrollo turístico
en el departamento de Sucre

AUTORES: Martin Elias Fuentes Ramos; Keila Andrea Baena Paternina



SABEREC 5.0

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo general analizar los determinantes del desarrollo turístico en el departamento de Sucre, para contribuir a la toma de decisiones de parte de las autoridades que tengan intereses en este sector. Este trabajo tiene un enfoque cualitativo y fue soportado en la revisión documental y la aplicación de instrumento (encuesta) sectorizado, que cumplen un papel importante para recolección de información y la realización de esta investigación del tipo descriptiva que busca estudiar esta actividad. El potencial que tiene el departamento en materia de turismo es uno de los motivos para la realización de esta investigación que tiene como propósito contribuir al desarrollo del turismo y de manera indirecta a otros sectores económicos que son conexos a este. En este estudio se describieron las condiciones actuales del sector turístico en el departamento, la riqueza ambiental y cultural también los aspectos que deben mejorar los sectores público y privado. Entre los resultados destacamos la importancia de la tecnología para el sector, el importante papel que llevan a cabo el sector público y privado en el desarrollo del turismo sin embargo problemáticas como el individualismo, egoísmo y corrupción dificultan la cooperación conjunta y armoniosa asimismo la correcta realización de sus funciones en el desarrollo del turismo. Para finalizar, se destacó la importancia de la gestión de planes, programas, proyectos y líneas estratégicas orientados al fortalecimiento de este sector también la articulación entre la sociedad y el Estado para la toma de decisiones, la evaluación y ejecución de estos.

Palabras clave: turismo sostenible, desarrollo, sector público, inversión, servicios, potencial.

Abstract

This research aims to analyze the determinants of tourist development in the Sucre department, in order to contribute to decision-making by authorities with interests in this sector. This work has a qualitative approach and was supported by documentary review and the application of a sectoral instrument (survey), which play an important role in collecting information and carrying out this descriptive research that seeks to study this activity. The department's potential in terms of tourism is one of the reasons for this research, which aims to contribute to the development of tourism and, indirectly, other economic sectors connected to it. This study described the current conditions of the tourist sector in the department, the environmental and cultural wealth, as well as the aspects that the public and private sectors need to improve. Among the

results, we highlight the importance of technology for the sector, the important role that the public and private sectors play in the development of tourism, however, problems such as individualism, selfishness, and corruption hinder joint and harmonious cooperation and the proper performance of their functions in the development of tourism. Finally, the importance of managing plans, programs, projects, and strategic lines aimed at strengthening this sector was highlighted, as well as the articulation between society and the State for decision-making, evaluation, and execution of these.

Keywords: sustainable tourism, development, public sector, investment, services, potential.

Introducción

El turismo, se define generalmente como un fenómeno social que consiste en el desplazamiento de las personas fuera de su entorno de forma temporal y voluntaria de igual forma se puede conceptualizar como una actividad económica, ya que el país donde se realiza se generan divisas, empleos e ingresos. Expresa Orgaz (2023) que, el turismo es una herramienta muy utilizada como estrategia para el desarrollo económico y social en países subdesarrollados por su capacidad de generar rentas y crear empleo hace que se visualice como un motor de desarrollo para estos países. Este es un sector económico considerado como uno de los más amplios por la gran cantidad de actividades que ofrece y por los tipos y modalidades de turismo surgidos para intentar suplir la demanda de cada individuo.

La actividad turística en la Costa Caribe colombiana es vista como un pilar del crecimiento económico para la región y el país en este sentido, dado que gran parte de los municipios tienen potencial para la explotación de esta actividad, principalmente, en las playas por su atractivo, tanto para los extranjeros como los propios habitantes.

El departamento de Sucre sobresale por la diversidad de sus destinos los cuales son adaptables a los gustos de sus visitantes (recursos naturales, variedad de zonas turísticas, flora y fauna) ideales para pasar vacaciones y ratos de ocio. Sin embargo, con el tiempo de uso de sus recursos ambientales aumenta, su afectación y deterioro se vuelve mayor, a causa del desarrollo insostenible de los destinos turísticos que causa efectos irremediables en el medio ambiente.

En el contexto de sostenibilidad es importante implementar un modelo de desarrollo turístico que este alineado con este objetivo, el modelo de desarrollo turístico extensivo puntual es una alternativa de desarrollo turístico que está

basado en un desarrollo equilibrado y horizontal que transmite a las personas una imagen de calidad en la recuperación y aprovechamiento de los recursos y del paisaje, que al mismo tiempo se preocupa por la conservación del medio ambiente y la prevención de la contaminación (Mazaro y Varzin, 2008). Por lo tanto, es fundamental tener en cuenta este modelo para el desarrollo de las actividades turísticas.

Por otra parte, el sector turístico en Sucre no se ha desarrollado en su totalidad, tampoco se ha explotado por completo el potencial por la insuficiente infraestructura estratégica como las vías de acceso, la capacidad de los aeropuertos y los servicios públicos que provocan que este sector económico no se extienda y no se aproveche para la generación de bienestar (Espinoza Olimpo, 2019).

Indica Blanco et.al (2020), que la conectividad terrestre, marítima y aérea es limitada en el departamento y en especial en ciertos sitios de interés turístico ubicados en este. Al mismo tiempo expresa que, existe un esfuerzo del departamento por medio de convenios con instituciones de educación superior y media para la formación y capacitación del talento humano para el desarrollo del turismo. De igual forma, se han invertido recursos para reducir los índices de inseguridad y se han realizado acciones para impulsar la imagen de los destinos turísticos del departamento entre entidades públicas y privadas para aumentar el reconocimiento a nivel nacional e internacional.

En cuanto a estas razones mencionadas sostiene Dahdá (1993), que, el sistema de transporte, la promoción y publicidad turística, la construcción de aeropuertos, la apertura y mantenimiento de vías de comunicación con países cercanos, la capacitación del talento humano, la creación de nuevos destinos y fortalecimiento de los mismos, el aumento del equipamiento turístico y por último la estabilidad política, social y economía influyen en el flujo de turistas. De igual modo, aclara que estos componentes afectan el desplazamiento de visitantes, aunque el flujo de estos sea estacional también son importantes para el desarrollo turístico. Por lo tanto, surge la siguiente pregunta, Por qué no se ha podido desarrollar completamente el turismo en Sucre.

Para responder esta pregunta problema es importante analizar los determinantes del desarrollo turístico en el departamento de Sucre que, es el objetivo principal de esta investigación. El diagnóstico y el fortalecimiento de este sector es importante debido que representa una oportunidad de crecimiento y desarrollo económico por la importancia del turismo para la economía del departamento, entonces sería oportuno identificar los factores que podrían

afectarlo, por lo que este trabajo investigativo se abordara el tema con la intención de contribuir a la superación a las dificultades para que se convierta en una actividad económica alternativa para la sociedad sucreña.

Por otro lado, es relevante mencionar en el desarrollo del turismo pueden verse involucrados el sector privado, sector público y la sociedad por lo cual podrían surgir conflictos, por tal motivo surge la gobernanza turística, señala Flores (2009), que es un proceso de conducción en el que participa el gobierno en sus diferentes niveles, las comunidades involucradas y el tejido empresarial para ordenar los destinos turísticos mediante la cooperación y coordinación. Esta forma de gobierno es una buena opción para impulsar el desarrollo de los destinos turísticos, solución de problemáticas y el bienestar de las comunidades.

Plantea Morcillo (2008), que el sector público influye directa e indirectamente en el turismo dado que este define como estará orientado el gasto para el desarrollo turístico, también las políticas de promoción política que permitan al sector turístico se expandirse y crecer económicamente. Asimismo, líder las campañas publicitarias, la realización actividades como las ferias, guías turísticas, entre otras actividades. Además, manifiesta que las políticas turísticas tienen como finalidad ofrecer un escenario con las condiciones necesarias para aumentar la competitividad y el desarrollo turístico dado la importancia de este sector para la economía.

En cuanto al papel que cumple el sector privado según Valladares et. al (2019) y Mercado et. al. (2019), este establece estrategias para la promoción y comercialización de los productos turísticos en colaboración con el sector público además la creación de canales de comercialización. Por otro lado, Cortés y Vergara (2009), que el trabajo conjunto entre el sector privado y público es necesario para realización de inversiones en obras y campañas publicitarias.

Metodología

Esta investigación será del tipo descriptiva entendiendo que "consiste en la identificación de las características del evento de estudio" (Hurtado, 2000, p. 48). La presente investigación presentara un enfoque cualitativo debido que se estudiara el fenómeno del desarrollo turístico en el departamento de Sucre con el apoyo de revisión documental e instrumentos de recolección de información con la intención de dar conocer las diferentes posturas sobre el tema de interés.

Por otro lado, se escogieron como métodos de recolección de datos a la encuestas y revisión documental que servirán de igual forma para el manejo de información. Para la encuesta se definió como población objetivo los individuos conocedores del sector turismo y quienes hagan parte de este que se encuentren en el departamento de Sucre. Para la aplicación se tomó una muestra no probabilística debido que la población es grande, la limitada disponibilidad de tiempo y las dificultades de acceso a los individuos complicaban el proceso de aplicación de la encuesta.

Para la selección de la muestra se utilizó un muestreo intencional con el objetivo de conformar una unidad de estudio con base al criterio del investigador. Considerando que, Según Martínez (1998), "en la muestra intencional se elige una serie de criterios que se consideran necesarios o muy convenientes para tener una unidad de análisis con las mayores ventajas para los fines que persigue la investigación." (p. 54).

Se estableció una muestra de 50 elementos los cuales fueron elegidos teniendo en cuenta el grado de conocimiento del sector turístico y su relación con el mismo también el papel que tenían en el desarrollo del sector turismo en el departamento de Sucre. Por lo tanto, se consideraron los académicos, los funcionarios públicos, los gremios turísticos de Sucre y los agentes de la cadena de valor del sector para la conformación de esta, con el objetivo de formar una unidad de análisis lo más representativa posible.

Resultados

Dentro de los resultados se obtuvo que las dificultades que afecta el desarrollo del turismo son la falta de formación de capital humano, la falta de infraestructura estratégica, la mala calidad en los servicios, inseguridad, baja competitividad del sector y falta de inversión en el sector las cuales fueron mencionadas con mayor frecuencia como se observa en la figura 40.

Figura 40.

Dificultades que Han Identificado Para el Desarrollo del Sector Turístico.



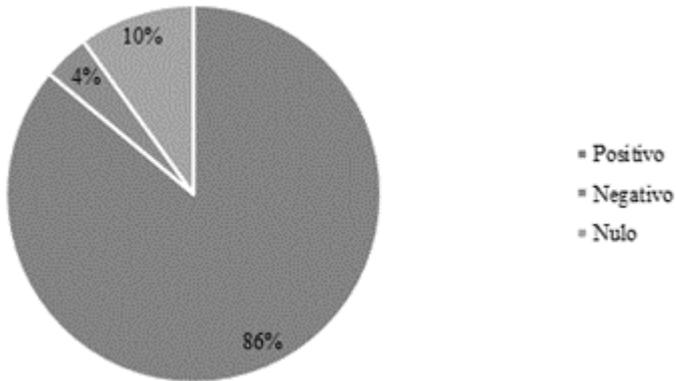
De acuerdo con los encuestados el desarrollo de actividades turísticas sostenibles es importante para su aprovechamiento, al mismo tiempo señalan la importancia del sector público y privado para el proceso de crecimiento del sector y la explotación del potencial del departamento de Sucre para que se convierta en un destino a nivel nacional e internacional.

Con relación al rol de la tecnología en el desarrollo del turismo los encuestados afirmaron que permite facilitar algunos procesos en la realización de la prestación de servicios turísticos y la comercialización de los productos turísticos además de servir como un canal que muestra los destinos ofrecidos en el departamento de Sucre.

El 94% de los encuestados sostienen que el turismo es una actividad económica relevante para el departamento además el 86% de estos respondió que tiene un impacto positivo en la economía del departamento y cerca del 10% señalaron que era nulo como se puede ver en la figura.

Figura 41.

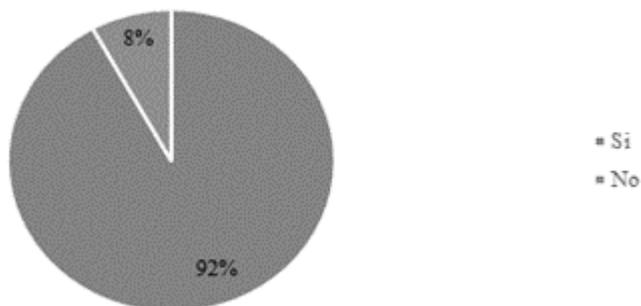
Impacto del Turismo en la Economía del Departamento.



Cerca del 92% de los encuestados mencionan que los servicios públicos son determinantes en la calidad de los servicios públicos debido que permite ofrecer los servicios turísticos y afines a este con mayor calidad permitiendo la satisfacción de los visitantes, limpieza de los lugares y generación de una buena sensación al turista también manifestaron que contribuyen a la sostenibilidad. No obstante, el 8% de estos respondieron que no era determinantes dado que, hay destinos turísticos que brindan una buena experiencia a los turistas pero que no cuentan con estos servicios como se puede apreciar.

Figura 42.

Importancia de los Servicios Públicos en la Calidad de los Servicios Turísticos.



Finalmente argumentan los encuestados que el sector público puede contribuir al desarrollo turístico creando externalidades positivas como construcción de infraestructura estratégica, garantizando la cobertura en los servicios públicos, realizando planeación estratégica, promoción del turismo mediante eventos, preservación de espacios y áreas destinadas al turismo del mismo modo trabajando en conjunto con organismos, comunidades y el sector privado, para impulsar al sector. Además, diseñando políticas públicas orientadas al mismo, ejecutando planes y proyectos vitales, facilitando la formación y capacitación del talento humano, inversión pública y seguridad.

Adicionalmente según los encuestados el sector privado contribuye al desarrollo de turismo por medio de la inversión en infraestructura, generando oportunidades de empleo, promoviendo el turismo y vinculando a la comunidad en los proyectos turísticos desarrollados.

Conclusiones

De esta investigación surgen como conclusiones, en primer lugar, que el desarrollo turístico en el departamento es un proceso que necesita de la unión de la sociedad, el Estado y el sector privado, dado que estos cumplen roles importantes en este proceso. En segundo lugar, cabe destacar la importancia de aumentar los recursos financieros y técnicos destinados a inversión en sectores estratégicos, también las acciones y proyectos destinados al desarrollo del turismo.

Adicionalmente, por la riqueza cultural, gastronómica y natural, el departamento de Sucre puede convertirse en un destino potencial a nivel interna-

cional y nacional por lo tanto importante seguir apostándole al desarrollo de un turismo sostenible, ya que con este se podrá garantizar que esta actividad pueda mantenerse durante los próximos años, así mismo la existencia de los ecosistemas teniendo en cuenta el capital natural.

De igual manera, los problemas de corrupción, mala gestión, ineficiencia en la administración de los recursos y mala planificación estratégica, impiden el avance del sector turístico. Por lo tanto, se debe mejorar el proceso de planeación, ejecución y seguimiento de los proyectos asimismo de infraestructura estratégica para aumentar la competitividad y el desarrollo del turismo.

Por último, el turismo se puede convertir en una actividad económica con mayor peso en la economía del departamento, sí, este se fortalece en todo el territorio y se vuelve competitivo.

Referencias Bibliograficas

- Blanco Jaraba, D, Mejía Ciprian, E y Pérez Pérez, N. (2020). Factores competitivos de las actividades de alojamiento, restaurantes y otros servicios turísticos en el departamento de Sucre /.Corporación Universitaria del Caribe - CECAR.
- Cortés, S. M., y Vergara, M. H. (2009). Sucre paraíso sin descubrir plan de mercadeo para promocionar determinadas áreas del departamento y así contribuir a su desarrollo [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional - Pontificia Universidad Javeriana.
- Dahdá, J. (1993). Elementos de turismo. México: EDAMEX.
- Flores, F. M. (2009). Aplicaciones de la gobernanza en las PYMES para una mejor toma de decisiones en la industria turística. El sistema Datatur México [Presentación de escrito]. Primera Conferencia Internacional sobre Medición y el Análisis Económico del Turismo Regional, (págs. 1-11). Donostia- San Sebastián. https://www.researchgate.net/publication/242373949_Aplicaciones_de_la_gobernanza_en_las_PYMES_para_una_mejor_toma_de_decisiones_en_la_industria_turistica_El_sistema_Datur_Mexico.
- Hurtado, J. (2000). Metodología de la investigación holística. 3ra. Edición Fundación Sypal Caracas Venezuela.
- Martínez Miguelez, M. (1998). La investigación cualitativa etnográfica en educación. México: Trillas.

- Mazaro, R. M., y Varzin, G. (2008). Modelos de Competitividad para Destinos Turísticos en el Marco de la Sostenibilidad. *Revista de Administração contemporânea*, 12, 789-809.
- Mercado Afanador, P, Valencia Narváez, A, Aguirre, A, Ojeda, B, Acosta, C, Ospino, C, Villarraga, E, Gómez, I, Flórez, J, Vitola, N y Acevedo, N. (2019). Fortalecimiento de la Gestión Integral y Sostenible del Sector Turístico en el departamento de Sucre: (Caso municipios: Tolú, Coveñas y San Benito de Abad). Corporación Universitaria del Caribe - CECAR.
- Morcillo, F. M. (2008). *economía y turismo*. Madrid: MCGRAW-HILL.
- Espinoza Olimpo, H. (2019). Programa de gobierno Sucre Diferente 2020-2023. Recuperado de https://wapp.registraduria.gov.co/electoral/Elecciones2019/docs/proGobierno/GOB/28/PLAN_GO28000000001_E6.pdf
- Orgaz, F. (2023). La Cooperación al Desarrollo a través del turismo en países subdesarrollados. *Global Education Magazine*. Recuperado de <https://globaleducationmagazine.com/la-cooperacion-al-desarrollo-traves-del-turismo-en-paises-subdesarrollados/>
- Valladares O., Aguirre A. y Prieto J. (2019). Turismo: driver de crecimiento de las empresas de la industria turística en los municipios costeros del Golfo de Morrosquillo del departamento de Sucre. *Revista Ad-Gnosis* 8(8), 116-128. DOI: 10.21803/adgnosis.v8i8.364

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Capítulo XXII

El turismo como fuente de desarrollo económico de los habitantes del cantón Jaramijó provincia Manabí en el período 2021-2022

AUTORES: Alberto Gregorio Castellano Montiel;
Noris Susana Macías Macías



SABEREC 5.0

Resumen

El presente informe de investigación tiene como finalidad analizar el impacto que tiene la actividad turística en el desarrollo económico del Cantón Jaramijó provincia Manabí; lugar que motivó a enfocar la atención para desarrollar un estudio de dicho fenómeno, en base a lo observado en cuanto al incremento en la afluencia de turistas que visitan el Cantón. Bajo este objetivo, este trabajo inicia con un fundamento teórico que relata brevemente sobre los aspectos del turismo, su influencia en la economía, y como este motiva a crear emprendimientos y que sus habitantes busquen desarrollar una actividad económica que mejore su calidad de vida y de su familia, mediante la oferta de servicios y productos; se revisa la influencia del turismo en el incremento de divisas extranjeras, entre otros aspectos claves. Por otra parte, y dentro del desarrollo metodológico, se realizó un acercamiento directo con personas involucradas al sector en estudio, tanto por la parte del Gobierno de turno del Cantón Jaramijó, donde se pudo levantar información referente a las necesidades de medios que permita medir la evolución de la actividad turística, y por otra parte las encuestas realizadas a diferentes ciudadanos que permitió identificar el perfil del turista, y la necesidad de adoptar estrategias para captar y moldear el lugar a las preferencias del turista, se ha determinado que se deben tomar en cuenta proyectos de desarrollo turísticos para la próxima propuesta de planificación de desarrollo económico territorial, a la vez que se fomente la asociatividad entre los actores que deben estar involucrados en esta industria.

Palabras clave: desarrollo económico, desarrollo territorial, turismo interno.

Abstract

The purpose of this research report is to analyze the impact that tourism activity has on the economic development of the Jaramijó Canton, Manabí province; place that motivated to focus attention to develop a study of said phenomenon, based on what was observed in terms of the increase in the influx of tourists who visit the Canton. Under this objective, this work begins with a theoretical foundation that briefly reports on the aspects of tourism, its influence on the economy, and how it motivates the creation of enterprises and that its inhabitants seek to develop an economic activity that improves their quality of life and your family, by offering services and products; the influence of tourism on the increase in foreign exchange is reviewed, among other key aspects. On the other hand, and within the methodological development, a direct approach was made with people involved in the sector under study, both by the Government of the Jaramijó Canton, where it was possible to gather information regar-

ding the needs of means that allow measuring the evolution of the tourist activity, and on the other hand you find them made to different citizens that allowed to identify the profile of the tourist, and the need to adopt strategies to capture and mold the place to the preferences of the tourist, it has been determined that they should be taken into account. count tourism development projects for the next territorial economic development planning proposal, while fostering associativity among the actors who should be involved in this industry.

Keywords: economic development, territorial development, domestic tourism.

Introducción

Se hace necesario el abordar el problema del desarrollo económico en un Cantón con riquezas turística muy diversa, es un territorio privilegiado por su cultura, playas con un importante recurso marino y turístico, fiestas religiosas y una potencial actividad artesanal pesquera que ha sido transmitida de generación en generación.

Este cantón posee la oportunidad de mejorar turísticamente siempre que cuente con una estrategia de Plan Estratégico de Desarrollo Turístico, que abarque un turismo sostenible que sea incluyente y ambientalmente responsable, que permita un cambio en la matriz productiva que genere economía y desarrollo local.

En los últimos años se ha podido verificar mediante observación que el turismo en el Cantón Jaramijó ha ido en aumento, notando que existe una gran afluencia de personas que realizan turismo en esta zona, sin embargo, detrás de este fenómeno surge la necesidad de investigar si la actividad ha influido en el desarrollo económico de los habitantes del Cantón en estudio.

Para el desarrollo de la presente investigación se hace menester realizar un diagnóstico para conocer la perspectiva de los habitantes tanto interno como externo, que ayuda a identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, las problemáticas que tienen para desarrollar un turismo ordenado y sostenible, y que esta información sirva de elementos para el planteamiento de alternativas y soluciones que contribuyan directamente a mejorar los procesos y permitan a las autoridades tomar decisiones acertadas, y así ayudar a realizar el propósito de esta investigación, el cual es analizar como las actividades turísticas influyen en el crecimiento económico de los habitantes del Cantón Jaramijó.

Metodología

El área de estudio de esta investigación será el Municipio de Jaramijó de la provincia de Manabí, Ecuador. Jaramijó es un cantón de la provincia de Manabí, en la Costa del Océano Pacífico, conocido como caleta de pescadores limita Al Norte con el Océano Pacífico, al sur con Montecristi, al este con Portoviejo y al oeste con Manta. La temperatura media anual de Jaramijó es de 25 a 29 °C. Tiene un total de 18500 habitantes según el censo del 2010 representado el 1.3% de total de la población de la provincia de Manabí. Jaramijó se dedica principalmente a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, este rubro representa el 40.7% de la ocupación en el cantón (INEC, 2014).

La modalidad de investigación utilizada será bibliográfica documental y de campo para la recolección de la información que ayuden a la descripción de las diferentes variables propuestas.

Para la recolección de la información se realizará un trabajo de campo con entrevista a la autoridad relacionada con el turismo en el cantón Jaramijó y una encuesta a los turistas en las playas cercanas al cantón. Los indicadores para describir mediante unos instrumentos de investigación Los instrumentos de investigación serán elaborados según el siguiente cuadro operativo:

Tabla 54.

Detalle de las técnicas en instrumentos según las dimensiones e indicadores de las variables.

Dimensión	Indicador	Ítems	Técnica e instrumento
Social	Edad	¿Qué edad tiene en años?	Encuesta realizada a turistas de las playas en zonas cercanas.
	Nivel de educación	¿Cuál es su nivel de instrucción?	Encuesta realizada a turistas de las playas en zonas cercanas.
	Tipo de empleo	¿Cuál es su ocupación?	Encuesta realizada a turistas de las playas en zonas cercanas.

Demanda	Frecuencia de actividades turísticas	¿Con qué frecuencia realiza actividades turísticas?	Encuesta realizada a turistas de las playas en zonas cercanas.
	Cantidad de turistas	¿Cuándo realiza turismo, con cuantas personas va acompañado?	Encuesta realizada a turistas de las playas en zonas cercanas.
	Duración de turismo	¿Cuántos días dedica a sus actividades turísticas?	Encuesta realizada a turistas de las playas en zonas cercanas.
	Tipo de servicios turísticos	¿Qué servicios utiliza cuando realiza turismo?	Encuesta realizada a turistas de las playas en zonas cercanas.
	Gasto en actividades turísticas	¿Cuánto destina aproximadamente a sus actividades turísticas?	Encuesta realizada a turistas de las playas en zonas cercanas.
Nivel de relación con el cargo.	Tiempo de ejercer el cargo	¿Cuánto hace que se desempeña en el cargo?	Entrevista realizada a una autoridad o servidor público relacionado con el turismo en el cantón Jaramijó.
Organización	Registro de la información	¿Posee el GAD Cantonal de Jaramijó una base de datos que permita conocer los ingresos económicos que genera el sector turístico en el Cantón?	Entrevista realizada a una autoridad o servidor público relacionado con el turismo en el cantón Jaramijó.
		¿Posee el GAD Cantonal de Jaramijó datos que muestren un promedio de empleo directo o indirecto en relación con la actividad turística del Cantón?	Entrevista realizada a una autoridad o servidor público relacionado con el turismo en el cantón Jaramijó.
	Planificación	¿Cuenta el GAD Cantonal de Jaramijó con alguna estrategia o plan de desarrollo turístico donde se reconozca las potencialidades culturales, patrimoniales y de costumbre?	Entrevista realizada a una autoridad o servidor público relacionado con el turismo en el cantón Jaramijó.
	Nivel de asociatividad	¿Existe en el Cantón Jaramijó asociaciones turísticas?, de ser positivo, ¿cuántas existen?	Entrevista realizada a una autoridad o servidor público relacionado con el turismo en el cantón Jaramijó.
Inversión	Obras públicas	¿Han existido obras o inversiones públicas o privadas que tengan como finalidad coadyuvar al desarrollo turístico del Cantón?	Entrevista realizada a una autoridad o servidor público relacionado con el turismo en el cantón Jaramijó.

Oferta	Sitios turísticos	Según su opinión ¿Cuál es la mejor oferta turística es la que mejor ofrece su localidad?	Entrevista realizada a una autoridad o servidor público relacionado con el turismo en el cantón Jaramijó.
--------	-------------------	--	---

Para la encuesta realizada a turistas de las playas en zonas cercanas a la del Cantón Jaramijó, se tomaron datos del Ministerio de Turismo (Minitur, 2020), conociendo que en la ciudad de Manta se recibió una cantidad aproximada de 19750 turistas en las playas habilitadas entre nacionales y extranjeros (El Universo, 2022), de este número se calcula una muestra con la fórmula del cálculo de la muestra para las poblaciones finitas (Martínez Ruiz, 2012) resultando 373 encuestados.

La información recolectada con encuestas se tabulará utilizando una hoja electrónica, se calcularán las frecuencias relativas porcentuales y se realizará un gráfico de pastel y de barras para poder apreciar las diferentes respuestas según la proporción de las series en el gráfico. La entrevista se editará conservando las sentencias principales en que ella se mencione.

La información recolectada ayudará a describir las variables actuales y se podrá proyectar un escenario diferente para observar el cambio pronosticado en alguna variable económica.

Resultados

Del total de encuestados en los resultados a la pregunta “¿qué edad tiene en años?.”, 108 escogieron “18-29” representando un 29,0%, 119 contestaron “30-39” representando un 31,9%, 82 contestaron “40-49” representando un 22,0%, 52 contestaron “50-59” representando un 13,9% y 12 dijeron “60 o más” representando un 3,2%.

Esta pregunta da a conocer el rango de edades de las personas que realizan turismo en esta zona, resultados que más adelante permitirán emitir un análisis y discusión, ya que aporta como una herramienta que permitirá establecer las estrategias para atraer y mejorar el turismo en el Cantón en estudio.

Del total de encuestados en los resultados a la pregunta “¿cuál es su nivel de instrucción?.”, 7 escogieron “Sin estudios” representando un 1,9%, 34 contestaron “Primaria” representando un 9,1%, 127 contestaron “Secundaria” representando un 34,0%, 190 contestaron “Tercer nivel” representando un 50,9% y 15 dijeron “Cuarto nivel” representando un 4,0%.

Esta pregunta se formula con el interés de complementar la primera pregunta planteada y poder conocer las características de los potenciales turistas del Cantón y que permita al GAD Municipal conocer la demanda existente y hacia donde deben ir dirigidas las estrategias.

Del total de encuestados en los resultados a la pregunta "¿cuál es su ocupación?", 78 escogieron "Estudiante" representando un 20,9%, 108 contestaron "Empleado público" representando un 29,0%, 116 contestaron "Empleado privado" representando un 31,1% y 71 dijeron "Negocio propio" representando un 19,0%.

Esta pregunta se formula con el interés de complementar la primera pregunta planteada y poder conocer las características de los potenciales turistas del Cantón y que permita al GAD Municipal conocer la demanda existente y hacia donde deben ir dirigidas las estrategias.

Tabla 55.

Resultados a la pregunta: ¿Con qué frecuencia realiza actividades turísticas?

	Frecuencia	Porcentaje
Cada año	149	39,9%
Cada 6 meses	145	38,9%
Cada 4 meses	45	12,1%
Cada 2 meses	30	8,0%
Mayor frecuencia	4	1,1%
	373	

Del total de encuestados en los resultados a la pregunta "¿con qué frecuencia realiza actividades turísticas?", 149 escogieron "Cada año" representando un 39,9%, 145 contestaron "Cada 6 meses" representando un 38,9%, 45 contestaron "Cada 4 meses" representando un 12,1%, 30 contestaron "Cada 2 meses" representando un 8,0% y 4 dijeron "Mayor frecuencia" representando un 1,1%.

Pregunta planteada con la finalidad de conocer conductas del turista que permitan desarrollar una estrategia de servicio que marque de manera positiva al turista y dejar la posibilidad que regrese a dicho Cantón.

Tabla 56.

Resultados a la pregunta: ¿Cuándo realiza turismo, con cuantas personas va acompañado?

	Frecuencia	Porcentaje
Solo	45	12,1%
1 a 2	201	53,9%
3 a 4	112	30,0%
Más de 4 personas	15	4,0%
	373	

Del total de encuestados en los resultados a la pregunta "¿cuándo realiza turismo, con cuantas personas va acompañado?.", 45 escogieron "Solo" representando un 12,1%, 201 contestaron "1 a 2" representando un 53,9%, 112 contestaron "3 a 4" representando un 30,0% y 15 dijeron "Más de 4 personas" representando un 4,0%.

Pregunta planteada con la finalidad de conocer número de personas que visitan por grupos o aglomerados.

Tabla 57.

Resultados a la pregunta: ¿Cuántos días dedica a sus actividades turísticas?.

	Frecuencia	Porcentaje
1	56	15,0%
2	86	23,1%
3	131	35,1%
4	78	20,9%
5 o más	22	5,9%
	373	

Del total de encuestados en los resultados a la pregunta "¿cuántos días dedica a sus actividades turísticas?.", 56 escogieron "1" representando un 15,0%, 86 contestaron "2" representando un 23,1%, 131 contestaron "3" representando un 35,1%, 78 contestaron "4" representando un 20,9% y 22 dijeron "5 o más" representando un 5,9%.

Nos permite conocer la demanda de posibles servicios, como lo es el de alojamiento, y conforme a ello plantear propuestas o recomendaciones dentro del presente informe de investigación.

Tabla 58.

Resultados a la pregunta: ¿Qué servicios utiliza cuando realiza turismo?.

	Frecuencia	Porcentaje
Alojamiento	269	72,1%
Restaurantes	373	100,0%
Transporte	149	39,9%
Servicios	272	72,9%

Del total de encuestados en los resultados a la pregunta "¿qué servicios utiliza cuando realiza turismo?.", 269 escogieron "Alojamiento" representando un 72,1%, todos contestaron "Restaurantes", 149 contestaron "Transporte" representando un 39,9% y 272 dijeron "Servicios" representando un 72,9%.

Esta pregunta fue formulada con la finalidad de conocer el tipo de servicio de mayor demanda que tiene el turista, y poder plantear dentro del presente trabajo de investigación una estrategia que por medio del GAD municipal pueda motivar la asociatividad de los involucrados en los tipos de servicios planteados dentro de las respuestas del turista, para conforme a ello plantear estrategias que permitan mejorar los mismos.

Tabla 59.

Resultados a la pregunta: ¿Cuánto destina aproximadamente a sus actividades turísticas?.

	Frecuencia	Porcentaje
Menos del básico (425 usd)	15	4,0%
425 a 799	201	53,9%
800 a 1199	101	27,1%
1200 a 1599	45	12,1%
1600 a mas	11	2,9%
	373	

Del total de encuestados en los resultados a la pregunta "¿cuánto destina aproximadamente a sus actividades turísticas?.", 15 escogieron "Menos del

básico (425 usd)" representando un 4,0%, 201 contestaron "425 a 799" representando un 53,9%, 101 contestaron "800 a 1199" representando un 27,1%, 45 contestaron "1200 a 1599" representando un 12,1% y 11 dijeron "1600 a más" representando un 2,9%.

Resultados de las entrevistas a autoridades y servidores relacionados con el turismo en el cantón de Jaramijó

¿Cuánto hace que se desempeña en el cargo?

Desde el año 2019 bajo la administración del alcalde Simetrio Calderón Álava.

¿Posee el GAD Cantonal de Jaramijó una base de datos que permita conocer los ingresos económicos que genera el sector turístico en el Cantón?

No, aun no se cuenta con esa información.

¿Cuenta el GAD Cantonal de Jaramijó con alguna estrategia o plan de desarrollo turístico donde se reconozca las potencialidades culturales, patrimoniales y de costumbre?

Bueno, nosotros tenemos un documento de planificación que es el PDOT que se llama el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, obviamente también está alineado al Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 del gobierno central. Este PDOT fue el plan de trabajo que presentó el alcalde cuando hizo su propuesta de campaña, entonces, el documento de planificación del gobierno, con el presupuesto y con la propuesta del alcalde se conjugan y tenemos este producto llamado PDOT.

Este instrumento hemos estado utilizando para llevar a cabo todos nuestros programas, planes y proyectos, en todos los componentes: socioeconómicos, obras, turismo, entre otros. Sin embargo, hemos tenido muchas limitaciones y, a su vez, varios puntos adicionales que sé que se han salido de que lo que está planificado, pero por la visión del alcalde, por las ganas de querer incluso no solo realizar la planificación, porque él quiere más, porque la planificación fue ajustada al presupuesto, a las cosas que nos exigen.

No podemos poner algún objetivo si luego no lo vamos a cumplir, porque tenemos que reportar el nivel de ejecución y de cumplimiento de este plan de desarrollo. Sin embargo, una cosa es lo que está planificado, los documentos y otra cosa es las verdaderas acciones que ha hecho el alcalde ya como gestor y personal que quiere llevar al cantón más allá, como, por ejemplo, la adecuación del malecón no está planificada en el PDOT, pero se realizó.

¿De dónde se obtuvieron los recursos si no estaban en el presupuesto?

Gestión directa del alcalde, de querer sembrar las palmeras, de querer adecuar con las maquinarias, o sea, con acciones que, aunque no están consideradas dentro de la planificación se han necesitado y realizado, nosotros nos hemos ido bajo esa línea.

¿Existe en el Cantón Jaramijó asociaciones turísticas?, de ser positivo, ¿cuántas existen?

Recientemente se creó una.

¿Posee el GAD Cantonal de Jaramijó datos que muestren un promedio de empleo directo o indirecto en relación con la actividad turística del Cantón?

No, siendo que la actividad turística es una actividad relativamente nueva en el Cantón

¿Han existido obras o inversiones públicas o privadas que tengan como finalidad coadyuvar al desarrollo turístico del Cantón?

El inicio del apogeo turístico se dio con la construcción de las escalinatas en el 2019, con el fin de desarrollar una competencia, de allí se está trabajando en la vía de acceso que conduce a la parte turística.

Según su opinión ¿Cuál es la mejor oferta turística es la que mejor ofrece su localidad?

En la parte cultural se ha reportado en la construcción de unos proyectos grandes el hallazgo de piezas arqueológicas, que serán restauradas, y con ello viene de la mano el cuidado de otros posibles hallazgos en los otros proyectos de la meseta.

También está el proyecto de pozos de aguas Azufradas. En el 2018 se hizo un estudio al pozo de aguas azufradas, lo hicimos con la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí en CESECCA, sí, y justamente se demostró que esas aguas tienen más de un siglo, data de mucho tiempo atrás, además, los estudios demostraron que las aguas son netamente naturales, cristalinas y medicinales. En los últimos años se ha corroborado que las aguas son medicinales por las evidencias de los relatos de las personas que nos visitaban, no solamente de la provincia, si no fuera de la provincia por muchas décadas atrás.

Nosotros tenemos algunas playas, una de las importantes es Balsamagra, porque allí fue la gesta del 6 de diciembre, la batalla naval de Balsa-

maragua, hace 135 años, en la madrugada del 6 de diciembre, los buques gobiernistas "Huacho" y "9 de Julio" se enfrentan con el buque "Alajuela o Pichincha", comandado por el Gral. Eloy Alfaro.

Jaramijó tiene ahora mismo mucho de por proyectar, todo el tema histórico, cultural y de áreas de esparcimiento, hay una visión general que está plasmada en el PDOT, de la parte arqueológica, la parte histórica, la parte cultural y la parte obviamente turística. Digamos, es la idea con la que Jaramijó debe ir encaminando su desarrollo en general, a la par del desarrollo turístico.

Discusión

Más del 90% de los turistas que se encontraban en las playas de Manta y Jaramijó tienen una edad entre 18 y 60 años.

El nivel de instrucción más frecuente es el tercer nivel, y un poco más del 80% ya ha terminado la secundaria.

Las ocupaciones de los turistas encuestados son diversas y se mantiene en proporciones casi similares entre casi el 20% y 30% entre las categorías de estudiantes, empleado público, empleado privado y los emprendedores con negocio propio.

Casi el 80% de los encuestados practica el turismo una vez al año, y la mitad de estos puede llegar hasta 2 veces al año, las personas que hacen turismo más de 2 veces al año son pocos. El turismo nacional esté ligado a los feriados del Ecuador.

EL 30% de los turistas acostumbra a salir con la familia o amigos, la mayoría del turismo se realiza en pareja con un poco más del 50% de los encuestados, 12% comentó que hace turismo solo y solamente el 4% realiza turismo en grupos de más de 4 personas.

Los turistas que contestaron las encuestas tienen diferentes dedicaciones de tiempo a las actividades el 15% dedica un día al turismo, lo más probable es que se trate de las personas que viven en la misma ciudad o cerca y no pernoctan en su lugar de destino. Un 58% dedican de 2 a 3 días para el turismo, por último, existe un 25% de encuestados que aseguró dedicar al menos 4 días al turismo o más, lo más probable es que sean turistas que aprovechan las vacaciones de sus labores o de sus actividades estudiantiles para ir a relajarse a lugares como las playas.

Los principales servicios que se ofertan al turismo en Jaramijó son alojamiento, restaurantes, transporte y servicios turísticos para realizar actividades,

es por esto por lo que se orientó la pregunta de qué servicios utilizan los turistas para observar su comportamiento. Todos los turistas utilizan restaurantes en su tiempo dedicado al turismo. El 72% de los turistas utiliza alojamiento en el lugar de destino donde se va a recrear, así mismo, el 72% de los turistas utiliza servicios especializados para el esparcimiento. Solamente un poco menos del 40% de los turistas utiliza transporte como parte de sus gastos cuando realiza actividades turísticas, probablemente es porque la mayoría son turistas interprovinciales que prefiere el transporte propio o el alquileres de transporte pagado desde su lugar de origen.

La mitad de los turistas afirma que tiene un gasto entre un sueldo básico y los 800 usd, un 27% afirma que gasta entre los 800 usd y 1200 usd, existe un 23% de los turistas que afirma que gasta más de 1200 usd en sus actividades de turismo, y, solamente un 4% afirma que sus gastos en las actividades turísticas no pasan de un sueldo básico actualmente establecido en 425 usd.

Las preguntas formuladas en la encuesta y realizadas al grupo de turistas que visitaron los cantones de Manta y Jaramijó, fueron planteadas a fin de conocer el rango de edades, instrucción, valores que destina para la actividad, así como servicios que demandan al momento de realizar turismo, lo que permitirá para el caso de los objetivos, conocer las características del turista, y poder plantear dentro de las conclusiones del presente informe las estrategias que puedan ser ejecutadas por el Gobierno Autónomo Municipal del Cantón Jaramijó para fomentar y mejorar el turismo de este Cantón, así como resaltar los servicios con mayor demanda conforme lo describieron en la respuesta correspondiente y agrupar por tipo de servicio para motivar a los involucrados en el sector turístico a la formación de asociaciones. Estas respuestas constituyen una herramienta para motivar los emprendimientos en este cantón acorde a los servicios con mayor demanda descritos por el turista dentro de la encuesta y que cuya oferta se estime que no cubra esta necesidad dentro del cantón, dando oportunidad para la creación de nuevos negocios.

En la entrevista realizada a la funcionaria pública encargada de la Coordinación de desarrollo territorial del Cantón Jaramijó, se pudo conocer que los ingresos económicos que se genera específicamente por el sector turístico no son desglosados de manera específica. En la contabilidad de la alcaldía la cuenta ingresos tiene algunas subdivisiones propias de la clasificación nacional de cuentas y no es sencillo desglosar los ingresos específicos provenientes del turismo sin realizar una revisión exhaustiva a la cuenta y realizar las sumatorias anualmente según los registros de ingresos.

El turismo en el Cantón se considera una actividad relativamente nueva, debido a que en un pasado no muy lejano el acceso al cantón no era el adecuado y tampoco había una promoción del lugar como turístico, se conoce al cantón por sus actividades en la extracción de la pesca artesanal, actividad que ha sido heredada de generación en generación.

La actual administración municipal del cantón Jaramijó elaboró un Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) como plan estratégico de la gestión, este plan está alineado al Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 presentado por el gobierno de turno del Ecuador. Dentro de este PDOT se encuentran varios puntos para desarrollar el turismo en el cantón, principalmente los que están relacionados a las obras públicas. La funcionaria explica que la obra civil muchas veces debe estar acompañada de obras anexas que en su momento no se pueden prever, es por ello, que algunas de las obras que contribuyen al mejoramiento del potencial turístico del Cantón no se encuentren detalladas en el PDOT, pero se hayan podido realizar gracias a la autogestión de la administración municipal.

Sin embargo, aunque el turismo es tomado en cuenta en la planificación territorial debido a que Jaramijó posee lugares interesantes con mucho potencial para aprovechar turísticamente, no existen asociaciones fuertes que puedan coadyuvar a potencializar las obras que realiza la municipalidad. Los esfuerzos de la municipalidad tendrán mucho impacto cuando los esfuerzos de la población se alineen en una misma dirección, de esta forma, el turismo podrá dar un gran salto en este cantón.

La principal obra que dio el primer paso a incentivar el turismo en este cantón fue la construcción de una escalinata saliente de un brazo de puerto protegido que sale directamente al mar, esta escalinata permite el acceso a un lugar hondo en la playa, con poco oleaje donde los nadadores pueden disfrutar de una buena actividad de ejercicio. Además, se ha invertido junto con el gobierno provincial en la adecuación de la vía de acceso al cantón, trabajo que no ha sido concluido pero que actualmente se puede observar su avance, y cuya infraestructura una vez culminada dará un impacto positivo en la afluencia de turistas al cantón.

Jaramijó, a parte de las playas y las escalinatas ya descritas como producto de la administración actual, tiene un área arqueológica donde se han encontrado actualmente restos de objetos de las culturas que allí se asentaron en el pasado, las excavaciones y extracción de estos objetos es lenta, pero actualmente ya hay suficiente material para ofertar la vista de piezas en un

museo, este hallazgo es interesante para los amantes de la historia. Por otro lado, Jaramijó cuenta con afluentes subterráneos de aguas azufradas a las cuales la alcaldía ha invertido para demostrar la naturaleza de las aguas, composiciones no nocivas para el ser humano y evidenciar algunas propiedades curativas de estas aguas azufradas, actualmente está potencialidad turística no está aprovechada, pero se encuentra en los planes de la administración dejar el derrotero para que las siguientes administraciones aprovechen los recursos que cuenta el cantón y logren mejorar los niveles económicos de sus habitantes.

Turismo en Jaramijó

El cantón Jaramijó dada su ubicación geográfica posee una serie de atractivos turísticos, los cuales no han sido aprovechados de la mejor manera, por ello es indispensable crear conciencia ciudadana que permita trabajar conjuntamente con autoridades y población para desarrollar la actividad turística, que esta sea reconocida como una fuente de desarrollo económico y atraiga inversión que aportará para el crecimiento de Jaramijó.

Es necesario mencionar que Jaramijó posee recursos naturales e históricos de valor turístico, arqueológico, gastronómico con los riesgos naturales, antrópicos y biológicos conlleva a ser muy innovativos que deberá formar parte de la estrategia post riesgo. Conjuntamente apalancando las bondades y ventajas comparativas de los recursos existentes en el cantón, pues es evidente que la economía gira alrededor de la pesca y se desconocen las ventajas económicas y socio culturales que el turismo brinda.

De acuerdo con el inventario turístico existen dos categorías: las manifestaciones culturales y sitios naturales y estas son:

- Potencialidades turísticas.
- Manifestaciones culturales.

En el cantón sus pobladores festejan las fiestas de cantonización el 28 de abril de cada año, además existen fiestas patronales las cuales se celebran con diferentes manifestaciones culturales como San Pedro y San Pablo el 24 de agosto, siendo la fiesta más esperada por todos en la que grandes y chicos trabajan todo el año para comprar trajes multicolor que servirán para realizar comitivas que duran siete días consecutivos.

Es importante señalar que existe gran riqueza de materia arqueológica, que aún no ha sido difundida, en la biblioteca del GADCJ se encuentran diferentes objetos arqueológicos de las principales culturas que habitaron el territorio como la cultura Hará Wuay, Jaramissu.

Otro atractivo del cantón son las fiestas de carnaval, días en la que concurren turistas de varios lugares para disfrutar de eventos realizados en la playa.

Sitios naturales y atractivos turísticos

Entre los sitios naturales que cuenta el cantón Jaramijó está la playa denominada Punta Blanca, lugar ideal para realizar actividades de buceo, y caminatas al aire libre, asimismo está el Fondeadero de Jaramijó, que está localizada en el centro del cantón, donde los pescadores acoderan sus botes de pesca artesanal, sus aguas tranquilas y transparentes permiten al turista realizar actividades de esparcimiento.

El Faro, es un atractivo turístico que se encuentra en la Punta de Jaramijó que debe ser recuperado y sirvió para guiar y alumbrar a las embarcaciones que se encontraban en alta mar.

También existe el pozo de aguas azufradas, que proviene de una vertiente subterránea, localizada cerca de la playa de Punta Blanca, ya que a esta agua se le atribuyen propiedades curativas, la cual debe ser recuperada.

Mirador turístico el Peñón del Diablo

Se implanta en el perfil costero del cantón y está conformado por un parque lineal desde donde se puede apreciar el perfil costero y puerto pesquero artesanal, es un lugar estratégico y privilegiado, cuenta con una vista panorámica donde se puede divisar la Base Naval, el balneario de Crucita y San Jacinto.

El acantilado de Jaramijó se ha convertido en uno de los principales atractivos del cantón, hace 10 años el sector era conocido como Peñón del diablo, debido al azote constante de las olas. En los actuales momentos es una elevación rocosa, de mediana pendiente, se ha convertido en el ícono de su desarrollo turístico. En este enclave marino sus habitantes han logrado conjugar la actividad pesquera con el turismo.

Playa Fondeadero

Es una de las playas que cuenta el cantón y se desarrolla el 300 m., se puede realizar las actividades de buceo, pesca deportiva, el agua es trans-

parente y tranquila, en la que se encuentran diferentes embarcaciones que se dedican a la pesca artesanal y se genera una espectacular imagen de los trabajos que realizan los pescadores preparan el material de pesca y en ocasiones reparan sus embarcaciones.

Efluente de aguas azufradas

Es una vertiente subterránea de agua azufrada, se encuentra dentro de las playas de Punta Blanca, con una altura de 50msnm, temperatura media de 25 a 29 °C, precipitaciones de 250 a 500mm es frecuentemente visitado por turistas nacionales y extranjeros por las propiedades medicinales que poseen sus aguas para diferentes enfermedades del cuerpo. El pozo de aguas azufradas tiene una historia interesante, que hace muchos años atrás llegaron un grupo de extranjeros de una compañía que se dedicaba a extraer petróleo, en algunas ocasiones se acercó un anciano a pedir limosna, los gringos cansados que siempre llegara el limosnero le contestaron de manera grosera y lo mandaron a trabajar, el anciano los maldijo diciéndole "Lo que esperan encontrar se convertirá en agua, la cual servirá únicamente para curar enfermos", desde ese día el pozo emana agua azufrada.

Playa de Punta Blanca

Playa ideal para realizar actividades de buceo, caminatas al aire libre, cuenta con 1 km de extensión. La distancia de Jaramijó a la playa de Punta Blanca es de 2.5 km de Jaramijó. En Punta Blanca encontramos El Faro, que es de gran importancia para los pescadores y turistas, puesto que sirvió para guiar las embarcaciones que se encuentran en alta mar y actualmente es un hito que desde este punto se puede observar un paisaje natural y marino – costero cautivador.

Playa de Balsamaragua

Es una playa famosa, ya que frente a la costa de esta playa el General Eloy Alfaro luchó en desventaja contra tres naves que doblaban su tamaño y tripulación, en que el General casi pierde la vida en este enfrentamiento. Tiene una extensión de 6 Km., en toda la costa, se encuentra dentro de la Base Naval de Jaramijó.

Estrategias para el sector turístico en Jaramijó.

Conforme las herramientas que nos proporciona los resultados de la encuesta realizada al segmento de turistas que visitan estas zonas, se hace necesario diseñar estrategias que permitan que los servicios y productos que se ofertan en este cantón cumplan con la demanda existente, pero sobre todo

alcance o supere las expectativas que los turistas puedan tener previo a la visita a los lugares turísticos del Cantón Jaramijó.

El resultado obtenido desde el enfoque de usuarios se puede relacionar con el levantamiento de información realizado por el Ministerio de Turismo del Ecuador para analizar el impacto del COVID 19 en el sector turismo, se comparó las ventas de un mes del año entre el 2019 y el 2020, quedando como conclusión que toda la industria turística se deprimió un poco más del 50% en todos sus rubros. Otros datos adicionales que se pueden observar a pesar del decrecimiento de los ingresos del sector turismo, la proporción en las diferentes actividades se mantiene, por lo tanto, se puede asegurar que el mayor ingreso del turismo son los alimentos y bebidas, y, el transporte de pasajeros; ambos rubros representan una participación de las 3 cuartas partes del total de los ingresos del turismo a nivel nacional.

Tabla 60.

Ventas por actividad del Sector Turismo.

	Ventas marzo 2019	Ventas marzo 2020	Variación anual	
	millones de USD	millones de USD	millones de USD	%
Alimentos y bebida	186,2	86,4	-99,8	-53,6%
Alojamiento	37,1	15,4	-21,7	-58,5%
Operadoras, agencias e intermediación	65,5	30,3	-35,2	-53,7%
Transporte de pasajeros	140,9	61,3	-79,6	-56,5%
Total	429,8	193,3	-236,5	-55,0%

Nota. Adaptado según datos del Ministerio de turismo del Ecuador (2020)

Tomando los índices de la población turística del Ecuador y considerando los resultados obtenidos en las encuestas realizadas, se puede señalar que para iniciar una estrategia turística para impulsar los rubros en el cantón Jaramijó, debería empezar por un enfoque en los servicios de transporte, comida, alojamiento, como fuente de ingresos, por ende se debe realizar una evaluación de la calidad actual de los productos y servicios que se ofrecen, para posterior a esta evaluación realizar procesos de mejoras creativas e innovadoras que permita suplir las necesidades de los turistas. Se reconoce que la

inversión que pueda existir en hospedaje es alta y que se necesita del interés del sector privado para dirigir recursos económicos a este tipo de inversión, se considera interesante para acompañar a la inversión pública de infraestructura que se pudiera incentivar a los capitales privados a que construyan un hostel ecológico, que pueda ser el componente de la naturaleza y que éste pueda motivar a la atracción de los turistas a concurrir más de un día dentro del cantón.

Asociatividad

Es importante especificar que los planes municipales para desarrollar el Turismo no pueden estar aislados de la población, es por ello que se considera importante que los gobiernos locales motiven a los actores que intervienen en el turismo de esta zona para la formación de asociaciones dependiendo del producto o servicio a ofrecer. Para el planteamiento de la propuesta se recomienda que se creen o potencien tres asociaciones: la primera especialización en las comidas, la segunda con fines de brindar los servicios de transporte y la tercera con el objetivo de promover el comercio; esta última asociación no solo debe incluir el comercio en las áreas turísticas, además, debe tener relación con los comercios de la zona central del cantón.

Las asociaciones no deben ser informales, se debe tener la representación jurídica para poder manejar las normativas y mantener el orden y control de los bienes públicos que se inviertan para el desarrollo de la población.

Infraestructura

La infraestructura es un factor indispensable para poner en marcha las estrategias turísticas y de cualquier otro vestigio de inversión. Empezaremos por las vías de acceso, actualmente el gobierno provincial y municipal se encuentran ampliando la carretera que entra a Jaramijó desde Manta.

Cabe señalar que existen dos accesos directos al cantón, pero no solo debe enfocarse en las vías externas, siendo de suma importancia la infraestructura de la zona turística, como el acceso al campus de arqueología, pozos de agua azufrada, paseos para caminatas por las playas, así como las playas con acceso o vías de uso de ciclistas, entre otras. Adicional se necesita analizar la infraestructura donde se ofertan los alimentos en las playas del cantón y otros comercios que son del agrado de los turistas.

Liquidez

El aumento de turismo en una localidad permite la generación de pequeños emprendimientos de poco capital. Así mismo, necesita de lugares de

mejor presentación para realizar sus actividades como restaurantes, bares, centros de diversión. La inversión de estos últimos se puede lograr si como parte del plan estratégico se ofertan líneas de crédito públicas o privadas para que las nuevas empresas puedan con sus gastos de infraestructura interna, nómina y capital de trabajo para generar los productos o servicios.

Promoción

La promoción de la oferta turística debe estar liderada por el municipio con el apoyo de las asociaciones y beneficiados del turismo. Trabajar en una marca como cantón puede ser una opción ya que los restaurantes similares pueden ofertar al menos un menú estable del cantón que los identifique, de esta forma es más sencillo diagramar la publicidad a nivel de cantón y quedará en la mente de los posibles turistas como un destino que deben conocer para experimentar los servicios que se ofrecen.

Registros específicos

Se debe encontrar mecanismos para valorar la parte de la producción turística que se denota como renta o valores añadidos al producto interior bruto del cantón. Este indicador básico resume el conjunto de la aportación económica del turismo en el marco del área geográfica y ayuda a la proyección políticamente.

Es importante para el control, regulación y planificación estratégica el uso de sistemas de información, integrados de ser posibles, para obtener valoraciones de indicadores. El turismo es una actividad que genera divisas y perdura a través del tiempo, es por ello que el seguimiento a la información dictará los momentos en que se deben hacer correcciones para aprovechar las ventajas que el turismo ofrece.

Impacto del turismo en el cantón jaramijó

"La importancia económica del turismo es innegable" afirma Corral (2017), hecho dado por un conjunto de actividades en las que el turismo se apoya para dar lugar a un producto determinado para la demanda mientras que la oferta procura satisfacer las necesidades de los clientes o turistas.

Realizar una buena gestión orientada en el turismo, en conjunto con la administración municipal, asociaciones y los inversores públicos o privados; resultará en la mejora de varios aspectos económicos. Observemos algunas variables:

Variables económicas.

Empleo

Actualmente, Jaramijó tiene una población económicamente activa de casi las dos terceras partes, estos corresponden a las personas que están laborando actualmente o están listas para trabajar. Por otro lado, Jaramijó reporta un 92,9 % de empleo informal, refiriéndose a las personas que, aunque están empleadas, no satisfacen el requerimiento mínimo de horas o ingresos; varias de estas personas reciben salarios menores al mínimo o no están empleadas al menos por 40 horas a la semana (Instituto Nacional de estadísticas y censos, 2022).

Para el director de la Organización Internacional del Trabajo es fundamental que las políticas de recuperación del sector turístico contribuyan para mejorar la calidad de los empleos y estimulen la formalización del mercado de trabajo. El apoyo a las micro y pequeñas empresas también es crucial para que los beneficios del turismo favorezcan el desarrollo local" (Organización Internacional del Trabajo, 2021).

Al incentivar el turismo en el cantón se genera la necesidad brindar los servicios de hotelería, guías de turismo, alimentos, vigilancia y mantenimiento de las áreas. Todos los servicios conllevan la contratación de personal para ejecutar las actividades, con esto, la demanda empleo crecerá de preferencia para las personas de cantón.

Nivel de ingresos

Con los argumentos mostrados dentro de los fundamentos teóricos del presente informe de investigación, se ha demostrado que la actividad turística tiene una vinculación directa en el nivel de ingresos de los estados, por ende al incrementarse la cantidad de turistas aumenta la demanda de servicios y de productos, esta demanda da la oportunidad de crear emprendimientos de poca inversión lo que conlleva a incrementar el desarrollo económico de los habitantes, se plantea esto en virtud de que el objetivo general del presente trabajo tiene como finalidad analizar la influencia del sector turismo en el desarrollo económico de los habitantes, en este caso del Cantón Jaramijó. Los núcleos familiares se benefician al contar con diversas alternativas de negocios en los cuales pueden emprender y aportar al nivel de ingresos tanto individual como familiar, constituyéndose en una posible solución para que varios integrantes de una misma familia se desempeñen en estas actividades relacionadas con el turismo de esta zona.

Educación

Para ofertar los servicios a los diferentes tipos de turistas hay que estar capacitado para poder responder inquietudes o asesorar a los turistas ya sea en temas de diversidad de idiomas, o al menos 1 idioma común. Esta variable se mejora por la necesidad de estar alineados al progreso, aunque en la realidad los interesados deban invertir dinero y tiempo en el aprendizaje de los lenguajes y técnicas de comunicación, sin dejar de lado que los Gobiernos de turno deban preocuparse por buscar alternativas de capacitación, más adelante y dentro de las conclusiones se hace referencia a la incorporación de la academia a través de cursos y capacitaciones.

Servicios públicos

Jaramijó presenta varias deficiencias en los servicios públicos. Casi el 70% del agua no llega por las redes públicas, aunque si tiene el acceso al agua por lotes. El alcantarillado para la eliminación de las aguas servidas beneficia a un 59% de la población. El suministro de la energía eléctrica tiene amplia cobertura a nivel del cantón y es abastecido por la empresa eléctrica pública (GAD Jaramijó, 2019).

Actualmente se está terminando el acceso al cantón por una vía de primera de 4 carriles, y las vías principales en el cantón se encuentran asfaltadas, sin embargo, existe un 75% de vías de verano.

Es indispensable brindar las comodidades a los turistas, ellos en un plan de turismo desean al menos tener las comodidades de su casa o mejores. Al planificar estratégicamente las obras turísticas se mejoran los servicios públicos en el sector que son de gran importancia para mejorar los sectores económicos, estos son, por ejemplo: rutas de transporte, carreteras, comunicaciones, etc.

Inversión extranjera

La inversión extranjera y la inversión privada de capitales fuera de la localidad pueden ser un efecto un poco desalentador debido a que las ganancias de estas inversiones lo más probable es que retorne a los lugares de origen. Esto puede ser la más grande desventaja del crecimiento turístico, a pesar de esto, se necesita de esta inversión para poder dar una mejor imagen al cantón y ofrecer algo interesante para los turistas potenciales, sin dejar de lado la oportunidad de empleo formal para los propios habitantes de la zona, tema que depende mucho del inversionista. La municipalidad deberá trabajar en conjunto con los inversores para lograr una reinversión en los mismos lugares y de esta manera beneficiar a casi todos los grupos económicos.

Otras variables

Protección al medio ambiente.

Al fomentar el turismo, una de las actividades principales es el senderismo ya sea a pie o en bicicleta, además, las áreas deben verse naturales y libres de infraestructura física de cemento en su mayoría, las playas deben estar limpias y el agua debe tener su color característico de una costa limpia. Los hoteles deben fomentar la naturaleza debido a que contemplarla es motivo de interés de los turistas; así, entre otros ejemplos, podemos decir que el turismo ayuda a la conservación de la flora y fauna del sector, así como mantiene el paisaje natural del lugar.

Nivel de educación

La oferta de empleos para cumplir con la demanda de servicios que necesita el turismo, la mano de obra debe estar capacitada para lograr una mejor oportunidad en la adquisición de empleos. Así mismo, un mejor nivel de ingresos en los núcleos familiares ya sea por sueldos y prestaciones de acuerdo con la ley, también se reconoce que para los miembros de las familias que cuentan con empleo muy difícilmente contarán con tiempo para desarrollar sus estudios, por ello se plantea que las universidades oferten carreras a distancias o en línea siendo esta una alternativa para carreras administrativas; el Ministerio de Educación debe ser incorporado a este cambio positivo motivado por la actividad turística de este cantón y con ello se busca mejorar una de las variables sociales más importantes en el desarrollo de los pueblos.

Nivel de vida

El incremento de nivel de ingresos va concatenado con el nivel de vida de una población, el turismo también brinda un incremento y desarrollo en el bienestar de las familias que participan directamente en ella. Pero también es importante manifestar que las mejoras que se realicen en torno a optimizar la infraestructura de este cantón, como lo son: carreteras de primer orden, mejor calidad de agua, saneamiento, gestión de residuos, equipos de comunicación, radio, televisión, electricidad, etc. aportarán al nivel de vida de aquellos habitantes que no tienen incidencia directa en la actividad del turismo, por ejemplo el estado de las vías y las infraestructuras cercanas a domicilios que permite el incremento de plusvalía en la zona donde se desarrollen estos proyectos.

Estimación de las variables

Las variables económicas tendrán una evolución en su mayoría positiva si se logran concretar los modelos de asociaciones para la gastronomía, transporte y comercio, a continuación, la descripción:

Tabla 61.

Estimación de las variables económicas a causa de la creación de asociaciones para la gastronomía, transporte y comercio en el cantón de Jaramijó.

Variable económica	Estimación	Argumento
Empleo	Aumenta	Con la creación de varios locales de comida, la formalización del transporte y las mejoras del comercio se demandarán plazas de trabajo en el cantón con todos los beneficios de ley. Además, el comercio y servicios informales ayudarán al ingreso de las familias. Por último, la mano de obra pública para la vigilancia y mantenimiento es otra fuente de empleo local que beneficiará a los habitantes del cantón.
Nivel de ingresos	Aumenta	Con el aumento de turistas aumenta la demanda de servicios y la venta de productos del comercio, además, aparece la oportunidad de crear emprendimientos de poca inversión que también adiciona la cantidad de empleos. Las familias se benefician porque ya no solamente se tendrá 1 ingreso de 1 sola persona de la familia, si no, que pueden ser 2 o 3, mejorando el nivel de ingresos individual y familiar.
Educación	Mejora	La capacitación es primordial para poder ofertar los servicios a los diferentes tipos de turistas, se debe responder las inquietudes y asesorar a los turistas para mejorar su experiencia en el cantón, de preferencia debe existir la preparación para establecer comunicación en varios idiomas, o al menos 1 idioma común.
Servicios públicos	Mejora	Para brindar comodidades a los turistas, se debe planificar estratégicamente y mejorar los servicios públicos en el sector, al mejorar los servicios públicos, no solo el turismo se beneficia, además lo hace la población del cantón.

Ingreso de divisas	Aumenta	Las comunidades que invierten en turismo se convierten en receptores finales de bienes y servicios, esto hace que no solo aumente el ingreso, además, aumenta el circulante y la capacidad de ahorro de los emprendedores del cantón.
Inversión extranjera	Se mantiene	Con las estrategias de los modelos de asociación en gastronomía, transporte y comercio, no se ha contemplado la necesidad de fomentar la inversión extranjera. Por un lado, el cantón Jaramijó radica en una belleza apegada a su naturalidad y la inversión extranjera podría estropear sus atractivos. Otra debilidad de la inversión extranjera es que las ganancias de los activos invertidos retornen a los lugares de origen de la inversión.

Conclusiones

Ante los objetivos planteados en el presente estudio, se colige que estos fueron cumplidos y que de ello se desprende las siguientes consideraciones basados en la metodóloga utilizada:

El cantón Jaramijó debido a su ubicación geográfica goza de atractivos turísticos importantes, principalmente sus playas como Punta Blanca, Fondeadero de Jaramijó, Balsamaragua, lugares bellos por su naturaleza, aguas tranquilas y transparentes que permiten realizar actividades para el descanso y esparcimiento. Jaramijó cuenta con espacios de historia arqueológica donde se han encontrado objetos de culturas antiguas y excavaciones arqueológicas. Por otro lado, Jaramijó cuenta con una vertiente natural de agua azufrada que tiene su interés debido a que muchas personas han sanado enfermedades de la piel. Finalmente, este cantón cuenta con fiestas alegóricas que le dan color al cantón en algunas épocas del año, el incremento de turistas a esta zona es visible y lo reconoce la autoridad del Gobierno municipal entrevistada. Una vez identificadas las potencialidades culturales, de costumbres y patrimoniales se debe ofrecer un servicio diferenciado de otros similares en los lugares de la costa, considerando para ello la información recabada dentro de las encuestas realizadas, ya que este instrumento ha permitido conocer los servicios que buscan los turistas que han visitado las playas de Manta y Jaramijó.

Para poder concluir estableciendo las estrategias que deben ser implementadas para mejorar el turismo de la zona, se toma como base los resultados de las encuestas realizadas, ya que nos permite conocer primero la concurrencia de turistas por ciertas características como son edad y nivel de

instrucción, así como, lo que buscan o demandan dentro de su visita a algún sitio turístico, se considera relevante la entrevista realizada a autoridad del Gobierno Autónomo municipal del Cantón Jaramijó quien en el desarrollo de la misma manifestó que esta municipalidad no cuenta con instrumentos de medición de la variación de afluencia de turistas, nivel de ingresos económicos por actividad turística, así como la ausencia de un plan de desarrollo turístico en el cantón, Por ende se plantea que el GAD municipal debe trabajar en un análisis de movimientos de personas, cadenas de valor, análisis cualitativos que representen fortalezas y debilidades para que mediante la planificación y seguimiento se pueda mejorar con el paso del tiempo y ser mejores cada ciclo. De la información recabada, se pueda colegir que el Cantón Jaramijó tiene varios indicadores económicos en los cuales se necesita establecer estrategias que permitan trabajar en pro de mejorarlos, indicadores como: la tasa de desempleo, ingresos por familia, entre otros. Es necesario utilizar las bondades de su tierra y cultura para establecer oportunidades de negocios que vayan dirigidos a suplir lo que necesita el turista, con base en lo manifestado en la encuesta realizada se puede colegir que esta estrategia debe ir orientada a mejorar los servicios, de acuerdo con los resultados de la encuesta el principal servicio y producto fueron los que ofrecen los restaurantes, seguido por el Alojamiento, servicios en general y transporte. Se debe fomentar modelos de asociatividad para la gastronomía, el transporte y el comercio, con el fin de promover el turismo nacional y ofrecer servicios mientras se disfruta de la historia, las playas, las áreas verdes para las caminatas, es importante la creación de la imagen municipal, liderada por la municipalidad, de esta manera el marketing o promoción dejará una referencia en las mentes de los usuarios de las actividades turísticas, que permita tener al turismo como una fuente de desarrollo económico en el cantón Jaramijó. entre otras. La coordinación de estas asociaciones con el gobierno de turno es primordial para mejorar la infraestructura necesaria, que es parte esencial en los lugares catalogados como atractivos turísticos. Es importante abordar también el aspecto de la inversión extranjera, aun cuando sabemos que las utilidades que genere el sector al inversionista no se quedaran en el lugar, sino más bien, se retornaran al lugar de origen, sin embargo, viendo desde el punto de vista de creación de plazas de empleo, sin duda sería un factor clave para el incremento de la ocupación, niveles de ahorro y mejor calidad de vida.

Se estima que si se aplicarán modelos de asociatividad en conjunto con la cooperación de la municipalidad se generarán plazas de empleo, esto adicionado a los emprendimientos informales para la oferta de servicios, mejora el nivel de ingresos por familia, estrategias que deben ir de la mano con ca-

pacitaciones constantes a través de la Academia, como idiomas, servicios al cliente, artes culinarios y otros, permitirá motivar a los habitantes y sobre todo, a las nuevas generaciones a especializarse en diferentes áreas del conglomerado sector turístico; aspecto que conlleva a que los niveles de estudios en esta población tengan una evolución positiva, se cuente con especialización en la actividad, y mejore las destrezas de quienes se dediquen a ella. Una vez que el Municipio del Cantón Jaramijó cuente con los grupos de asociaciones establecidas, esto permitirá optimizar recursos y esfuerzos, así como una organización más adecuada, siendo que la representación de cada asociación le permitirá a la municipalidad trabajar en conjunto con ellos a fin de mejorar la comunicación de planes de acción, normas y ordenamientos propias de un plan de ordenamiento turístico, apoyar en los emprendimientos y en la productividad de este sector.

Considerando que dentro de la encuesta realizada el principal servicio elegido por los turistas objeto de la muestra, señalaron que se tiene mayor nivel de relevancia los productos y servicios que se ofrecen en los restaurantes, se debe considerar invertir en lugares para bares y restaurantes como son un patio de comida construido por el propio municipio que permita dar un espacio cómodo, seguro y con un costo asequible, para que aquellos emprendedores que desean realizar actividades gastronómicas puedan acceder a estos espacios con precios módicos de alquiler, a su vez se suple dicha demanda y se atrae al turista.

Referencias Bibliográficas

- Corral, A. (2017). *La liberación del sector turístico: ¿Hacia un modelo de turismo sostenible?* REUS publicaciones.
- El Universo. (2 de marzo de 2022). Estas fueron las playas de Ecuador más visitadas durante el feriado de carnaval. El Universo.
- GAD Jaramijó. (2019). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2019-2023. Jaramijó*: Gobierno autónomo descentralizado del cantón Jaramijó.
- INEC. (25 de 02 de 2014). *Ficha de cifras generales del Cantón Jaramijó*. Obtenido de Servicio Nacional de Información (SNI): http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/portal%20sni%202014/fichas%20f/1321_jaramijo_manabi.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (8 de 04 de 2022). *Empleo, subempleo y desempleo*. Obtenido de INEC Instituto nacional de esta-

dísticas y censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-desempleo-y-subempleo/>

Martínez Ruíz, H. (2012). Metodología de la investigación. México: Cengage Learning. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/ulearn/39957?page=31>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2020). *Plan de reactivación turística 2020*. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador.

Organización Internacional del Trabajo. (30 de 06 de 2021). *OIT: Recuperación del turismo es clave para superar crisis laboral por COVID-19 en América Latina y el Caribe*. Obtenido de Organización internacional del trabajo: https://www.ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS_809292/lang-es/index.htm

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio

Conclusión



SABEREC 5.0

El turismo sostenible es un camino hacia un futuro más próspero y equitativo. A lo largo de este libro, hemos explorado las múltiples dimensiones del turismo sostenible, desde la gestión de los recursos naturales hasta la participación de las comunidades locales. Hemos visto cómo el turismo puede ser una herramienta poderosa para la conservación del patrimonio natural y cultural, para la generación de empleo y para el desarrollo económico local. Sin embargo, también hemos identificado los desafíos que enfrenta este modelo de desarrollo, como la necesidad de una gobernanza efectiva, la promoción de la innovación y la inversión en capacitación.

Concluimos que el turismo sostenible es una apuesta por un futuro más justo y equitativo, donde las comunidades locales puedan beneficiarse del turismo sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras. Para lograr este objetivo, es necesario un esfuerzo conjunto de todos los actores involucrados, incluyendo gobiernos, empresas, organizaciones de la sociedad civil y turistas.

Este libro invita a reflexionar sobre el papel del turismo en el desarrollo local y a buscar soluciones innovadoras para hacer frente a los desafíos que plantea el turismo en el siglo XXI. Algunas de las recomendaciones que se desprenden de esta investigación son:

- **Fortalecer la gobernanza del turismo:** Promover la participación de las comunidades locales en la toma de decisiones y la creación de planes de desarrollo turístico.
- **Invertir en la capacitación de los actores locales:** Capacitar a los empresarios turísticos, a los guías turísticos y a las comunidades locales en temas de sostenibilidad.
- **Promover la innovación:** Fomentar la creación de nuevos productos turísticos sostenibles y la adopción de tecnologías limpias.
- **Fortalecer la investigación:** Apoyar la investigación en turismo sostenible para generar conocimiento y evidencias científicas que permitan tomar decisiones más informadas.

El turismo sostenible es un camino hacia un futuro más próspero y equitativo, donde el desarrollo económico se combine con la protección del medio ambiente y la preservación de las culturas locales.

TURISMO:

Motor Económico y Custodio del Patrimonio



SABEREC 5.0

Publicado en Ecuador
Enero 2024

Edición realizada desde el mes de octubre del 2023 hasta enero del año 2024, en los talleres Editoriales de SABEREC publicaciones impresas y digitales de la ciudad de Quito.

Quito – Ecuador

Tiraje 50, Ejemplares, A5, 4 colores; Offset MBO
Tipografía: Helvetica LT Std; Bebas Neue; Times New Roman.
Portada: Collage de figuras representadas y citadas en el libro.