



## CARRERA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Tesis de Grado

Previo a la obtención del título de Ingeniero en Ecoturismo

Tema:

Promoción como apoyo para el desarrollo turístico de la Parroquia Abdón Calderón, cantón Portoviejo, Provincia de Manabí, República del Ecuador.

Autores:

Iris Ninoska Casanova Intriago.

Carlos Antonio Tapia García.

Directora de tesis:

Lcda. Patricia Palacios Palma Mg. G. T. H

Ciudad de Portoviejo – Provincia Manabí – República del Ecuador.

2015.

## **CERTIFICACIÓN DE LA DIRECTORA DE TESIS.**

En mi calidad de directora de la tesis, Promoción como apoyo para el desarrollo turístico de la Parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - Provincia de Manabí - República del Ecuador, de los egresados Ninoska Casanova y Carlos Tapia. Requisito previo para la obtención del título de Ingeniero en Ecoturismo. Certifico que el trabajo de investigación de la presente tesis es original y fue íntegramente realizada bajo mi dirección y supervisión.

Lcda. Patricia Palacios Palma Mg G.T.H

Directora de Tesis.

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR.**

Tesis de grado:

Promoción como apoyo para el desarrollo turístico de la Parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - Provincia de Manabí - República del Ecuador, de los egresados Ninoska Casanova y Carlos Tapia, sometida al tribunal de sustentación para su respectiva aprobación.

Tribunal

Lcda. Gina Molina Molina

Directora de carrera

Lcda. Patricia Palacios Palma

Directora de tesis

Ing. Lorena Cedeño Franco

Miembro del Tribunal

Ing. Eliana Poveda Cedeño

Miembro del Tribunal

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA.**

Iris Ninoska Casanova Intriago y Carlos Antonio Tapia García, expresamos que el presente trabajo de investigación titulado: Promoción como apoyo para el desarrollo turístico de la Parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - Provincia de Manabí - República del Ecuador. Es de nuestra absoluta autoría. La responsabilidad de la investigación, argumentos, análisis, resultados, conclusiones y recomendaciones del presente trabajo, pertenece única y exclusivamente a los autores. Además cedemos los derechos de autor de la presente tesis, a la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

Iris Ninoska Casanova Intriago

Carlos Antonio Tapia García

Autores.

## **AGRADECIMIENTO.**

Agradezco a Dios, por darme la oportunidad de existir y por brindarme la oportunidad de continuar con entusiasmo y con optimismo este trabajo de ardua investigación. Agradezco a mis queridos y adorados padres por siempre darme lo mejor. El Sr Tito Casanova y la Sra. Divina Intriago, quienes depositaron en mi toda su confianza en la realización de este trabajo y que con sus consejos me llenaron de motivación y fé para poder culminarlo. Agradezco a mi hija Danna Camila quién es el motivo por el cual me despierto cada día con ganas de seguir adelante y superarme para que se sienta orgullosa de mí. Agradezco a la Universidad San Gregorio de Portoviejo, por haberme dado la oportunidad de forjarme como profesional en tan reconocida institución. A todos ellos la palabra que lo sintetiza todo GRACIAS...

Iris Ninoska Casanova Intriago.

## **AGRADECIMIENTO.**

A Dios, por cuidar cada día de mis pasos y proporcionarme la salud y energía que me impulsa a trabajar incansablemente para lograr las metas que me he planteado. A mis padres a mi mujer y a mi hija, por ser esos seres maravillosos que siempre me han dado Amor, por todo su sacrificio y esfuerzo...

Carlos Antonio Tapia García.

## **DEDICATORIA.**

Esta tesis va dedicada a Dios por darme la sabiduría necesaria para culminar este trabajo. Al esfuerzo infinito de mis padres El Sr Tito Casanova y la Sra. Divina Intriago, que me apoyaron incondicionalmente y son quienes me han acompañado durante toda mi vida y con su empuje me hicieron perseverar en este arduo camino hasta poder obtener la meta tan anhelada. Y sobre todo dedico todo mi esfuerzo, a mi hija adorada que es la razón de mi vida y quiero destacar que en esta tesis queda plasmado cada minuto y cada segundo que no se lo pude dedicar a ella...

Iris Ninoska Casanova Intriago

## **DEDICATORIA.**

A tu paciencia y comprensión, preferiste sacrificar tu tiempo para que yo pudiera cumplir con el mío. Por tu bondad y sacrificio me inspiraste a ser mejor para ti, ahora puedo decir que esta tesis lleva mucho de ti, gracias por estar siempre a mi lado, Ninoska.

Carlos Antonio Tapia García.



## **RESUMEN.**

La tesis titulada “Promoción como apoyo al desarrollo turístico de la parroquia Abdón Calderón- cantón Portoviejo-Provincia de Manabí-República del Ecuador” busca el desempeño de tres objetivos.

Primero: se realizó el levantamiento de una línea base sobre las potencialidades turísticas para que determinen la influencia en la promoción turística de la parroquia, así pues se efectuaron visitas de campo a los sitios de interés, encuestas y entrevistas.

Segundo: se establecieron estrategias de promoción para fortalecer el desarrollo turístico destacando la radio y la televisión como las de mayor audiencia.

Tercero: se diseñó una propuesta para dar solución al problema planteado, la cual permitirá el aprovechamiento de los recursos para el desarrollo del turismo en la zona estableciendo así un circuito turístico.

Después de esto se comprobó la hipótesis que manifiesta: La promoción permitirá el desarrollo turístico de la parroquia Abdón Calderón- cantón Portoviejo-Provincia de Manabí-República del Ecuador.

Para todo esto se desarrolló en planteamiento del problema, delimitación, objetivos, marco teórico con sus categorías fundamentales, hipótesis, variables y metodología.

Además el análisis e interpretación de resultados, conclusiones, recomendaciones y la propuesta.

## **ABSTRACT.**

The thesis entitled "Promotion as support for the development of tourism in the parish Abdón Calderón - canton Portoviejo-Provincia Manabí-Republic of Ecuador" searches for the performance of three objectives.

First: was the lifting of a baseline on the tourist potential to determine the influence in the promotion of tourism in the parish, thus were made field visits to sites of interest, surveys and interviews.

Second: were established advocacy strategies to strengthen the tourism development emphasizing the radio and television as the largest audience.

Third: a proposal was designed to give solution to the problem raised, which will allow the use of resources to the development of tourism in the area thus establishing a tourist

After this the hypothesis was confirmed that manifests itself: the promotion will allow the development of tourism in the parish Abdón Calderón- canton Portoviejo-Provincia Manabí-Republic of Ecuador.

All this development in approach to the problem, delimitation, objectives, theoretical framework with its fundamental categories, assumptions, variables and methodology.

In addition, the analysis and interpretation of results, conclusions, recommendations and the proposal.

## ÍNDICE

Certificación de la directora de tesis	II
Certificación del tribunal examinador	III
Declaración de autoría	IV
Agradecimiento	V
Agradecimiento	VI
Dedicatoria	VII
Dedicatoria	VIII
Resumen	IX
Introducción	1
<b>Capítulo I.</b>	2
1. Marco Referencial	2
1.1. Tema	2
1.1.1. Formulación del problema	2
1.2. Planteamiento del problema	2
1.2.1. Preguntas de investigación	3
1.3. Delimitación de la investigación	3
1.4. Justificación	4
1.5. Objetivos	5
1.5.1. Objetivo general	5
1.5.2. Objetivos específicos	5
	XI

<b>Capítulo II.</b>	6
2. Marco teórico	6
2.1. Categorías fundamentales	6
2.1.1. Promoción Turística	6
2.1.3. Turismo	7
2.1.4. Turismo comunitario	7
2.1.5. Beneficios socio- culturales	8
2.1.6. Ecoturismo y Turismo de naturaleza	8
2.1.7. Turismo de masas	9
2.1.8. Características generales de las pymes	9
2.1.9. Los 10 mandamientos del servicio	10
2.1.10.Estrategias de las relaciones entre empresa, producto y cliente	10
2.1.11.Definición del aseguramiento de la calidad	11
2.1.12.Atractivos Turísticos	11
2.1.13.Concepto de Marketing	12
2.1.14.Marketing y promoción turística	12
2.1.15.Qué es la Publicidad	13
2.1.16.Desarrollo comunitario	14
2.1.17.La televisión como medio	14
2.2. Hipótesis	16
2.2.2. Hipótesis específicas	16
2.2.3. Unidad de observación y análisis	17
2.2.4. Variables	17
	XII

2.2.5. Matriz de operacionalización de las variables	18
<b>Capítulo III.</b>	19
3. Marco metodológico	20
3.1. Modalidad de la Investigación	20
3.3. Métodos	21
3.3.1.Método Hipotético-deductivo	21
3.3.3.Método estadístico	21
3.4 Técnicas	22
3.5. Instrumentos	22
3.6. Población y Muestra	23
3.7. Recolección de la información	24
3.8. Procesamiento de la información.	24
<b>Capitulo IV.</b>	25
4. Análisis e interpretación de los resultados	25
4.1. Diagnostico situacional de la parroquia Abdón Calderón	25
4.1.1.Datos históricos, geográficos y económicos	25
4.2. Análisis e interpretación	28
4.2.1.Levantamiento de la línea base	30
4.2.2.Atractivos turísticos naturales de la Parroquia Abdón Calderón	30
4.2.3.Atractivos turísticos culturales de la parroquia Abdón Calderón	31
4.2.4.Fichas de atractivos turísticos	32
4.3.1.Resultados de la entrevista dirigida al Presidente de la Junta Parroquial	61
4.3.2.Resultados de la entrevista dirigida a un docente de Marketing de la U.S.G.P.	62
	XIII

4.4. Resultados de la Encuesta dirigida a los turistas de la Parroquia Abdón Calderón	63
4.4.1. Resultados de la Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Abdón Calderón	67
4.5. Estrategias de promoción	71
4.5.1. Difusión por radio y televisión	71
4.6. Comprobación de hipótesis	74
4.6.1. Comprobación de hipótesis general	74
4.6.2. Comprobación de Hipótesis específica 1	75
4.6.3. Comprobación de Hipótesis específica 2	75
4.6.4. Comprobación de Hipótesis específica 3	77
<b>Capítulo V.</b>	77
5. Conclusiones y Recomendaciones	78
5.1. Conclusiones	78
5.2. Recomendaciones	80
<b>Capítulo VI.</b>	80
6. Propuesta	81
6.1. Datos informativos	81
6.1.1. Título de la propuesta	81
6.1.2. Periodo de ejecución	81
6.1.3. Descripción de los beneficiarios	81
6.1.4. Ubicación sectorial y física	82
6.1.5. Límites y Ubicación Parroquial	83
6.2. Introducción	83
	XIV

6.4. Objetivos	85
6.4.1.Objetivo General	85
6.4.2.Objetivos específicos	86
6.5. Fundamentación teórica	86
6.5.1.Atractivos turísticos	86
6.5.2.Circuito turístico:	86
6.5.3.Ruta turística	87
6.5.4.Publicidad	87
6.5.5.Concepto de Itinerario	88
6.6. Actividades	89
6.6.1.Cuadro de Actividades	89
6.6.3.Descripción detallada de la actividad que se desarrollará en cada localidad del circuito	91
6.6.4.Creación del logo, slogan o marca publicitaria que será utilizada en la difusión del circuito	92
6.6.5.Elaboración del guión turístico que permitirá obtener de primera mano la información que el turista requiere dentro del recorrido	94
6.6.6.Realizar el itinerario del recorrido a efectuar para la correcta interpretación de los visitantes	97
6.6.7.Costo del circuito turístico	99
6.6.8.Socialización de la propuesta para dar conocimiento a la comunidad de la investigación	100
6.6.9.Diseño del material de promoción turística	101

6.6.10.Diseño de trípticos informativos	101
6.6.11.Diseño de postales de la parroquia	103
6.6.12.Diseño de camisetas	106
6.6.13.Diseño de gorras	106
6.6.14.Diseño de tomatodos	107
6.7. Recursos	107
6.7.1. Recursos Humanos	107
6.7.2. Recursos técnicos	108
6.7.3. Recursos materiales	108
6.7.4. Recursos financieros	108
6.8. Presupuesto de la Propuesta	109
6.9. Impacto	110
6.10. Estrategias de sostenibilidad	111
Anexos	112
Bibliografía	



## Índice de cuadros

Cuadro N° 1: Unidad de observación y análisis	16
Cuadro N° 2: Matriz de operacionalización de la variable independiente	17
Cuadro N° 3: Matriz de operacionalización de la variable dependiente	18
Cuadro N° 4: Atractivos turísticos de la parroquia Abdón calderón año 2015	29
Cuadro N° 5: Atractivos turísticos naturales	30
Cuadro N° 6: Atractivos turísticos culturales	31
Cuadro N° 7: Costos de la difusión por radio y televisión	62
Cuadro N° 8: Conoce Ud. los atractivos naturales de la parroquia calderón	63
Cuadro N° 9: Cree Ud. que las potencialidades turísticas ayudan para la promoción de la parroquia	64
Cuadro N° 10: Ud. visita la parroquia por disfrutar de	65
Cuadro N° 11: Cree Ud. que la parroquia podrá desarrollarse al promocionar sus atractivos naturales y culturales	66
Cuadro N° 12: Cree Ud. que los atractivos de la parroquia son suficientes para que esta progrese turísticamente	67
Cuadro N° 13: Cuál es su opinión acerca del servicio que brindan las microempresas turísticas de la parroquia	68
Cuadro N° 14: Existe la presencia de turistas en la parroquia gracias a sus atractivos turísticos	69
Cuadro N° 15: Cree Ud. que se ha incrementado el servicio de restaurantes con la afluencia de turistas en la parroquia Calderón	72

Cuadro N° 16: Comprobación de hipótesis general	73
Cuadro N° 17: Comprobación de hipótesis específica 1	74
Cuadro N° 18: Comprobación de hipótesis específica 2	75
Cuadro N° 19: Comprobación de hipótesis específica 3	76
Cuadro N° 20: Cuadro de actividades de la propuesta	88
Cuadro N° 21: Descripción detallada de las actividades que se desarrollarán durante el circuito	90
Cuadro N° 22: Costo del circuito turístico	96
Cuadro N° 23: Presupuesto de la propuesta	106

## Índice de Gráficos

Gráfico N° 1: Escudo de la Parroquia Abdón Calderón	26
Gráfico N° 2: Bandera de la Parroquia Abdón Calderón	26
Gráfico N° 3: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos de la Compuerta	32
Gráfico N° 4: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos de la Compuerta	33
Gráfico N° 5: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos de la Compuerta	34
Gráfico N° 6: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos de la Compuerta	35
Gráfico N° 7: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos de la Compuerta	36
Gráfico N° 8: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos de la Compuerta	37
Gráfico N° 9: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos de la Compuerta	38
Gráfico N° 10: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos del Naranjal	39
Gráfico N° 11: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos del Naranjal	40
Gráfico N° 12: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos del Naranjal	41
Gráfico N° 13: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos del Naranjal	42
Gráfico N° 14: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos del Naranjal	43
Gráfico N° 15: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos del Naranjal	44
Gráfico N° 16: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos del Naranjal	45
Gráfico N° 17: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos del Naranjal	46
Gráfico N° 18: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos del Naranjal	47
Gráfico N° 19: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos La Morcilla	48
Gráfico N° 20: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos La Morcilla	49
Gráfico N° 21: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos La Morcilla	50

Gráfico N° 22: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos La Morcilla	51
Gráfico N° 23: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos La Morcilla	52
Gráfico N° 24: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Fiestas Patronales	53
Gráfico N° 25: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Fiestas Patronales	54
Gráfico N° 26: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Fiestas Patronales	55
Gráfico N° 27: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Fiestas Patronales	56
Gráfico N° 28: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Fiestas Patronales	57
Gráfico N° 29: Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Fiestas Patronales	58
Gráfico N° 30: Conoce Ud. los atractivos naturales de la parroquia calderón	62
Gráfico N° 31: Cree Ud. que las potencialidades turísticas ayudan para la promoción de la parroquia	63
Gráfico N° 32: Ud. visita la parroquia por disfrutar de	64
Gráfico N° 33: Cree Ud. que la parroquia podrá desarrollarse al promocionar sus atractivos naturales y culturales	65
Gráfico N° 34: Cree Ud. que los atractivos de la parroquia son suficientes para que esta progrese turísticamente	66
Gráfico N° 35: Cuál es su opinión acerca del servicio que brindan las microempresas turísticas de la parroquia	67
Gráfico N° 36: Existe la presencia de turistas en la parroquia gracias a sus atractivos turísticos	68
Gráfico N° 37: Cree Ud. que se ha incrementado el servicio de restaurantes con la afluencia de turistas en la parroquia Calderón	69
Gráfico N° 38: Mapa de Portoviejo	81

Gráfico N° 39: Cuadro de Actividades	88
Gráfico N° 40: Diseño de Circuito Turístico	89
Gráfico N° 41: Logo de la parroquia Abdón Calderón	92
Gráfico N° 42: Reunión con el presidente de la Junta Parroquial y la Comunidad	98
Gráfico N° 43: Tríptico de la Parroquia Abdón Calderón Parte 1	99
Gráfico N° 44: Logo de la parroquia Abdón Calderón Parte 2	99
Gráfico N° 45: Postal La Compuerta	100
Gráfico N° 46: Postal Plato Típico La Morcilla	100
Gráfico N° 47: Postal Parque 1	101
Gráfico N° 48: Postal Parque 2	101
Gráfico N° 49: Postal Rancho Bonanza	102
Gráfico N° 50: Postal El Naranjal	102
Gráfico N° 51: Diseño de Camisetas Promocionales	103
Gráfico N° 52: Diseño de gorras promocionales	103
Gráfico N° 52: Diseño de Tomatodos promocionales	104

## Índice de Anexos

Anexo 1: Árbol del problema	110
Anexo 2: Formato de Encuesta Dirigida a los Habitantes de la Parroquia Abdón Calderón	111
Anexo 3: Formato de Encuesta Dirigida a los Turistas de la Parroquia Abdón Calderón	112
Anexo 4: Formato de Entrevista Dirigida al presidente de la Junta Parroquial	113
Anexo 5: Formato de Entrevista Dirigida al director de Turismo del G.A.D Portoviejo	114
Anexo 6: Formato de Entrevista Dirigida a un Docente de la carrera de Marketing de la USGP	115
Anexo 7: Fotografía de las entrevistas realizadas	116
Anexo 8: Fotografías de las Encuestas realizadas	118

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo está vinculado al desarrollo del turismo en la parroquia Abdón Calderón del Cantón Portoviejo, su objetivo es que los manabitas tengan una nueva opción de hacer turismo en nuestra provincia. La parroquia Abdón Calderón posee cuatro atractivos turísticos, Balneario El Naranjal, Balneario La Compuerta, las Fiestas Patronales de San Francisco de Asís y Plato típico la Morcilla que se encuentra registrado en el inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo.

Los resultados obtenidos mediante las técnicas de observación, entrevistas y encuestas, aportaron al logro del objetivo general, identificar la promoción como apoyo para el desarrollo turístico.

La propuesta tiene como objetivo generar una actividad de ocio y distracción para que los habitantes del sector eleven su nivel social y vean al turismo como una actividad generadora de recursos financieros y así cuidar de los recursos naturales para que perduren en el tiempo.

El capítulo uno contiene el tema, el problema, delimitación, justificación y objetivos, el capítulo dos el marco teórico, hipótesis, variables y matriz de operacionalización de las variables.

El capítulo tres, tipos de investigación, métodos, técnicas, población y muestra, recolección de información, el capítulo cuatro, análisis e interpretación de resultados, entrevistas, encuestas y comprobación de hipótesis.

El capítulo cinco, conclusiones, recomendaciones y el capítulo seis contienen la propuesta.

# CAPITULO I

## 1. Marco Referencial.

### 1.1. Tema.

Promoción como apoyo para el desarrollo turístico de la parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - Provincia de Manabí - República del Ecuador.

#### 1.1.1. Formulación del problema.

¿De qué manera incide la promoción en el desarrollo turístico de la parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - provincia de Manabí - República del Ecuador?

#### 1.2. Planteamiento del problema.

En la parroquia Abdón Calderón del cantón Portoviejo, provincia de Manabí, existe una deficiente promoción para el desarrollo turístico de la parroquia. Por tanto, el poco interés por parte de los habitantes de la parroquia para promocionar la misma trae como consecuencia que exista escasa información a los visitantes.

Además el insuficiente apoyo de las entidades del G.A.D Parroquial conduce al poco aprovechamiento de las potencialidades turísticas de la parroquia Abdón Calderón.

Otro Factor que influye es el deficiente empoderamiento de los habitantes y de las entidades del sector público de promover y regular la actividad turística de la parroquia lo que influye en el desplazamiento de los turistas a otros sitios de interés.



### 1.2.1. Preguntas de investigación.

¿La promoción de la parroquia Abdón Calderón influirá en su desarrollo turístico?

¿Se ha implementado en la parroquia alguna estrategia de promoción turística?

¿Cuáles son los atractivos turísticos que se localizan en la parroquia?

¿Por qué la parroquia Abdón Calderón no ha logrado un desarrollo turístico sostenible?

### **1.3. Delimitación de la investigación.**

Campo: Ecoturismo.

Área: Turismo rural.

Aspecto: Turismo.

Problema: Deficiente promoción para el desarrollo Turístico.

Tema: Promoción como apoyo para el desarrollo turístico de la parroquia Abdón Calderón  
- cantón Portoviejo - provincia de Manabí - República del Ecuador.

Delimitación espacial: Parroquia Calderón - cantón Portoviejo - provincia de Manabí -  
República del Ecuador

Delimitación temporal: Junio 2015 - Junio 2016.

#### **1.4. Justificación.**

Los autores de este trabajo de investigación pudimos analizar que la promoción para el desarrollo turístico de la parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - provincia de Manabí - República del Ecuador. Permitirá fortalecer a la parroquia en el ámbito turístico, ofreciendo nuevas opciones de disfrute y diversión a los turistas y generando fuentes de trabajo para los habitantes.

Es necesario realizar este proyecto en vista de que la parroquia en mención tiene muchas potencialidades turísticas que no son conocidas en su totalidad por los visitantes que llegan a ella, esto surge en base a que la localidad carece de promoción que aporte al desarrollo turístico.

Al no existir trabajos de investigación de este tema el presente proyecto se reviste de originalidad, en esta tesis se utilizarán como instrumentos de medición la observación, entrevistas y encuestas. Además, se beneficiarán de manera directa los habitantes de la parroquia Calderón e indirectamente la sociedad manabita y ecuatoriana.

## **1.5. Objetivos.**

### 1.5.1. Objetivo general.

Identificar la promoción como apoyo para el desarrollo turístico de la parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - provincia de Manabí - República del Ecuador.

### 1.5.2. Objetivos específicos.

Levantar una línea base sobre las potencialidades turísticas para que determinen la influencia en la promoción de la parroquia.

Establecer estrategias de promoción para fortalecer el desarrollo turístico.

Diseñar una propuesta para dar solución al problema planteado.

## CAPITULO II

### 2. Marco teórico conceptual.

#### 2.1. Categorías fundamentales.

##### 2.1.1 Promoción Turística.

Examinando la obra de Ramírez<sup>1</sup> (2006) podemos citar que:

Se denomina promoción a las acciones cuyo objetivo fundamental es conseguir un rápido aumento de las ventas durante el tiempo de duración de las acciones promocionales. Así como la publicidad intenta atraer el mercado hacia el producto, la promoción intenta llevar el producto al mercado.

Si no va incluida en un plan de marketing más amplio, la promoción solo tiene efectos transitorios, y cuando cesan sus acciones, las ventas vuelven normalmente a los niveles iniciales. Por eso solo tiene valor táctico de resultado a corto plazo, lo cual puede hacer sobrevalorar al principio su eficacia.

Sin embargo, la situación transitoria en la que se eleva el nivel de las ventas puede ser una plataforma de lanzamiento para la realización de acciones comerciales y de marketing, que permitan conseguir objetivos más amplios a largo plazo, de modo que al cesar las acciones promocionales no se vuelva a los niveles y situación iniciales, sino a unos superiores, con mayor índice de expansión, mejor situación estratégica y, en general, más posibilidades de cara al futuro.

La promoción en si significa un esfuerzo considerable, que origina costos muy elevados en general, normalmente directos con las ventas. Como su repercusión aparece solo durante el periodo que duran las inversiones promocionales, y los objetivos que se alcanzan son muy concretos, su eficacia y rentabilidad en general pueden medirse bien y son susceptibles de cierta consideración económica de tipo sencillo (p. p.177-178)

##### 2.1.2. ¿Qué es el desarrollo sostenible?.

Estudiando la obra de Abellán<sup>2</sup> (2008) podemos conocer que:

---

<sup>1</sup> Ramírez, C. (2006) Marketing turístico. México, Trillas.

Una opción de desarrollo que fija los siguientes objetivos básicos:

1. Entender el significado de las contribuciones que el turismo hace a la economía y al medio ambiente y concienciar a la población,
2. Mejorar la calidad de vida de la comunidad local,
3. Proteger el medio ambiente para evitar su deterioro y su destrucción,
4. Lograr, y mantener, un producto turístico competitivo que no afecte al medio natural y al equilibrio biológico y cultural. (p.84)

### 2.1.3. Turismo.

Estudiando la obra de Sancho y Buhalis<sup>3</sup> (1998) podemos conocer que:

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), indica que “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (p.11).

### 2.1.4. Turismo comunitario.

Investigando la obra de Ruiz, Hernández, Coca, A., Cantero, P., & Del Campo, A<sup>4</sup> (2008) podemos conocer que:

El turismo comunitario, tal como la conciben las propias comunidades y su organización (FEPTCE), no es un fin en sí mismo, sino que forma parte de una estrategia más amplia tanto de desarrollo local como de consolidación política. Por definición el turismo comunitario en Ecuador complementa, no subsume, el funcionamiento económico de la comunidad, la diversidad económica es una

---

<sup>2</sup>Abellán, F. (Ed.). (2008). Turismo rural y desarrollo local, nuevos enfoques del desarrollo local: la buena gestión del turismo rural. (Vol. 79). Univ. de Castilla La Mancha.

<sup>3</sup>Sancho, A., & Buhalis, D. (1998). Introducción al turismo. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

<sup>4</sup> Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P., & Del Campo, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural, 6, 3.

salvaguardada para las comunidades. Su funcionamiento no se basa en el empleo por cuenta ajena, y en menor o mayor grado, según sea el caso, debe generar directa o indirectamente beneficios tangibles para el conjunto de la comunidad Ruiz. (p. p. 403-404).

#### 2.1.5. Beneficios socio- culturales.

Examinando la obra de Curiel<sup>5</sup> (2008) se obtuvo el siguiente significado:

El turismo cultural tiene la imagen de ser un nicho de turismo asociado a las ciudades y que atrae a turistas independientes, bien formados, con alto nivel adquisitivo, y por tanto es un turismo que no plantea serias amenazas para las ciudades. No obstante, la proliferación de vacaciones más frecuentes y más cortas y en especial de fin de semana, ha producido que este fenómeno se convierta a veces en turismo de masas y por tanto en un peligro para el desarrollo sostenible del destino (p.22).

#### 2.1.6. Ecoturismo y Turismo de naturaleza.

Analizando la investigación del PLANDETUR 2020<sup>6</sup> (2007) podemos conocer que:

Es la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y/o la historia natural del ambiente que les rodea. Dichas actividades se ejercen con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local y que generan oportunidades económicas que permiten la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los visitantes y el Estado. Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de productos tales como Parques Nacionales, Reservas y Bosques Privados; Ríos, lagos, lagunas y cascadas; Observación de Flora y Fauna (donde

---

<sup>5</sup>Curiel, J. (2008). Turismo cultural y medio ambiente en destinos urbanos; Ciencias jurídicas y sociales. Reino de España: Universidad Rey Juan Carlos, Editorial Dykinson.

<sup>6</sup> Ministerio de turismo Ecuador. (2007). PLANDETUR 2020. [En línea]. Consultado: [01, junio, 2014] Disponible en:

<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

sobresale la Observación de Aves, Mamíferos marinos, Mariposas, Orquídeas. (p. 75).

#### 2.1.7. Turismo de masas.

Indagando la obra de Manera<sup>7</sup>(2008) podemos conocer que:

El turismo de masas se lo define como el tipo de turismo que atrae a grandes cantidades de personas con niveles de consumo muy altos, este tipo de turismo se lo desarrolla normalmente en las zonas de playas alrededor del mundo. Para entender la magnitud del fenómeno del turismo de masas, los investigadores recuerdan que "en el 2002 se registraron en el mundo 702,6 millones de llegadas de turistas internacionales, que generaron ingresos evaluados en 474.000 millones de dólares, es decir, el 7 por ciento del valor de las exportaciones de bienes y servicios que se realizaron a nivel mundial aquel año"; La OMT estima que para el 2020, el número de turistas duplicará el actual, de forma que rebasará los 1.5060 millones de personas (p.2).

#### 2.1.8. Características generales de las pymes.

Examinando la obra de Durón<sup>8</sup> (2009) podemos conocer que:

De manera muy general todas las pequeñas y medianas empresas, comparten casi siempre las mismas características, por tanto, puede decirse que estas son las Características generales con que cuentan:

- El capital es proporcionado por una o dos personas que establecen una sociedad.
- Los propios dueños dirigen la marcha de la empresa, su administración es empírica.
- Su número de empleados en el negocio crece y va de 16 hasta 250 personas.
- Utilizan más maquinaria y equipo, aunque se sigan basando más en el trabajo que en el capital.
- Dominan y abastecen un mercado más amplio, aunque no necesariamente tiene que ser local o regional, ya que muchas veces llegan a producir para el mercado nacional.

---

<sup>7</sup> Manera C,(2008), Historias Económicas del turismo de masa en España, Madrid, España.

<sup>8</sup> García, C. (2009). El éxito restaurantero. México: Trillas.

- Está en proceso de crecimiento, la pequeña tiende a ser mediana y esta aspira a ser grande.
- Obtienen algunas ventajas fiscales por parte del estado que algunas veces las considera causantes menores, dependiendo de sus ventas y utilidades.
- Su tamaño es pequeño o mediano en relación con las otras empresas que operan en el ramo. (p. 72).

#### 2.1.9. Los 10 mandamientos del servicio.

Estudiando la obra de Durón<sup>9</sup> (2009) podemos conocer que son:

1. Saludar al cliente.
2. Sonreír (para causar una primera buena impresión).
3. Llamarlo por su nombre, si se lo conoce.
4. Ser amistoso y cordial.
5. Interesarse por el Cliente (no inmiscuirse).
6. Escuchar antes de sugerir.
7. Ser generoso con las alabanzas y parsimonioso con las críticas.
8. Tomar en cuenta los sentimientos, el nuestro, el del cliente, el real
9. Estar atento a brindar servicio
10. Tener dosis de humor, mucha paciencia, humildad (p. 124).

#### 2.1.10. Estrategias de las relaciones entre empresa, producto y cliente.

Analizando la obra de Puertas<sup>10</sup> (2007) podemos conocer que:

El estado general de las empresas actualmente las obliga a estar muy al día en cuanto a nuevas formas de entender y acercarse al consumidor para poder adaptar al producto con la máxima eficacia.

---

<sup>9</sup> García, C.(2009). El éxito restaurantero. México: Trillas.

<sup>10</sup> Puertas, X.(2007) Gestión del ocio en el ámbito turístico. Vallehermoso, Madrid.



Ante este panorama las empresas no tienen más remedio que adaptarse a los cambios del mercado revisando sus políticas y gestión, adoptando finalmente estrategias que les ayuden a ser efectivas frente a esta modificación continua en la que estamos inmersos. (p. 115).

#### 2.1.11. Definición del aseguramiento de la calidad.

Investigando la obra de Parra y Calero<sup>11</sup> (2006) podemos conocer que:

Así pues, el Aseguramiento de la Calidad es un sistema que pone énfasis en los productos desde su diseño hasta el momento del envío al cliente, y concentra sus esfuerzos en desarrollar un conjunto de acciones planificadas y sistemáticas que permitan prevenir los errores desde su origen, para evitar sobretodo su repetición y garantizar la obtención de productos o servicios conforme a unas especificaciones que aseguran frente al cliente que los mismos satisfacen determinados requisitos de calidad. (p.201).

#### 2.1.12. Atractivos Turísticos.

Indagando la obra de López<sup>12</sup> (2013) se logró obtener la siguiente definición: “Conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga la capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos”. (Organización Mundial del Turismo)

“Los atractivos turísticos son por definición todo aquello que atrae al turista, y constituye una parte importante del turismo. Estos toman diversas formas que según parece solo están limitadas por la imaginación” (s/p) y especificado por Lundberg, (1986).

---

<sup>11</sup> Parra, E. Calero, F. (2006) Gestión y Dirección de Empresas Turísticas. Aravaca, Madrid.

<sup>12</sup>López, G. (2013). Investigación de la realidad del turismo rural del cantón mera, provincia de Pastaza, para el diseño de un producto turístico. Tesis de grado publicado, Universidad Estatal Amazónica, Ecuador, Pastaza.

### 2.1.13. Concepto de Marketing.

Estudiando la obra de Iglesias, Talón y García<sup>13</sup> (2008) podemos citar que:

La palabra marketing es en la actualidad una de las más usadas por las empresas, aunque quizá su uso no es siempre el más adecuado.

Frecuentemente se ha asociado o incluso confundido el marketing con las ventas, la publicidad o la promoción, en su sentido más amplio, y muy especialmente en el sector turístico, donde históricamente ha habido una carencia de programas de formación específicos en torno a esta y otras materias relacionadas con la gestión de la empresa.

No es de extrañar que algunos confundan el marketing con aquellos otros conceptos, ya que, de hecho, el marketing si se ha basado en determinados momentos en la venta o en la promoción con exclusividad. Es evidente que el grado de desarrollo que ha alcanzado el marketing hoy en día no es el mismo que tuvo en el pasado, cuando las características de los mercados no respondían a los mismos parámetros de competitividad que ahora condicionan las empresas. El marketing engloba un gran abanico de conceptos y actividades que van mucho más allá de esta visión tan simplista.

El marketing ha sido estudiado desde diferentes disciplinas (economía, sociología...) desde hace ya varias décadas y, por tanto, se hallan definiciones que enfatizan aspectos relacionados con la materia de estudio de cada especialidad. (p.11).

### 2.1.14. Marketing y promoción turística.

Analizando la obra de Conde<sup>14</sup> (2013) podemos entender que:

El marketing turístico implica vigilar constantemente el mercado, las preferencias y gustos de los consumidores, estar al tanto de la competencia, dominar el producto turístico, mejorar su calidad y diversificarlo, poniéndolo a tono con la necesidades, ajustar los precios, ubicar el producto donde mejor pueda ser vendido y darse a conocer con los mejores atributos que tenga.

---

<sup>13</sup> Iglesias, J. Talón P y García, R. (2008) Comercialización de Productos y Servicios turísticos. Vallehermoso, Madrid.

<sup>14</sup> Conde, E. (2013). La gestión de marketing y la orientación al mercado en hoteles. Andalucía, Reino de España: Editorial Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.

Esta es una labor compleja, dada la heterogeneidad del turismo y los diversos componentes que influyen en la satisfacción de un turista. Ningún nivel de administración, empresa o actividad por sí sola, puede lograr esto, si todos los elementos vitales no trabajan como un todo. Es importante para las instalaciones turísticas tener una orientación al mercado, a través, del entendimiento de las necesidades y deseos de los diferentes mercados emisores, conocimiento de las diferentes estrategias de la competencia y la diseminación de la mentalidad marketing en toda la organización. (p.8).

#### 2.1.15. Qué es la Publicidad.

Analizando la obra de Bermúdez<sup>15</sup> (1999) podemos citar que:

Esta es una mínima introducción a la teoría y la práctica de una profesión compleja. De ningún modo pretende ser panacea ni recetario de fórmulas mágicas para producir publicidad; intenta ser guía introductoria al quehacer publicitario y se funda en los principios que la sustentan y en un método. Es una introducción teórico practica que busca aproximar al estudiante a campear en la apasionante disciplina de la persuasión. La publicidad es una profesión que ha estado en manos de todos y, por eso, gran número de personas piensa que no se necesita más que un poco de intuición para ejercerla. En este apartado se estudia el campo de la profesión, el perfil del publicista, las funciones publicitarias, los errores más comunes y una provocativa pincelada de su evolución histórica. (p.17)

Continuando con la obra del mismo autor entendemos que:

En resumen, hoy se sabe que la publicidad tiene la misión de apoyar al proceso de mercadotecnia, para lograr el objetivo de comercializar más productos o servicios en un mercado. Es una acción de comunicación persuasiva, directiva y comercial que se produce y planifica regularmente en la agencia y se canaliza por conducto de los medios masivos de comunicación. (p.21)

---

<sup>15</sup>Bermúdez, R. A. F. (1999). Cómo hacer publicidad: un enfoque teórico-práctico. Pearson Educación. [En línea]. Consultado: [21, diciembre, 2014] Disponible en: <http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=QcSWHJEo0YAC&oi=fnd&pg=PA13&dq=+publicidad+concepto&ots=sPRDAE-Osl&sig=sakYP3dwn4Lp7hTsoMPSmVK-UIP#v=onepage&q=publicidad%20concepto&f=false>

Gosso<sup>16</sup> (2008) explica que: “El objetivo principal de la calidad del servicio es el de contribuir a la satisfacción del cliente, mientras más calidad se perciba más satisfechos quedarán los clientes, y así podremos lograr su híper satisfacción.” (pág. 43)

#### 2.1.16. Desarrollo comunitario.

Analizando la obra de Goicochea, Saravia, Obrenovich y Solís<sup>17</sup> (2014) podemos conocer que:

La noción de desarrollo comunitario surge hace unos treinta años, emparentada con la teoría de la marginalidad, que fue un anticipo de la actual teoría de la informalidad, puesto que, inspirada por el jesuita Roger Vekemans, aquella teoría reivindicaba la existencia de un sector marginal, ausente de las relaciones formales de producción, que había que organizar y desarrollar. Lo más importante en este término (que dio origen a instituciones como DESCO, que era originalmente el "Instituto de Desarrollo Comunitario") fue la noción de que podían existir estrategias sub-nacionales de desarrollo. Que se podía transitar de lo macro-social a lo micro-social, y que las comunidades podían ser sujetos de su propio desarrollo. (p.p. 12-13).

#### 2.1.17. La televisión como medio.

Analizando la obra de Prieto<sup>18</sup> (1999) podemos conocer que:

Nicholas Negroponte (1999), en su libro Ser digital, reconoce a esta era posibilitada por las nuevas tecnologías cuatro cualidades: la descentralización, la

---

<sup>16</sup> Gosso, F. (2008). Híper Satisfacción del cliente. México, D.F: Panorama Editorial, S.A.

<sup>17</sup>Goicochea, P., Obrenovich, L., Saravia, M., & Solís, J. (2014). Información para el desarrollo comunitario. [En línea]. Consultado: [21, diciembre, 2014] Disponible en: [http://scholar.google.es/scholar?q=informacion+para+el+desarrollo+comunitario%2C+obrenovich%2C+saravia+solis&btnG=&hl=es&as\\_sdt=0%2C5](http://scholar.google.es/scholar?q=informacion+para+el+desarrollo+comunitario%2C+obrenovich%2C+saravia+solis&btnG=&hl=es&as_sdt=0%2C5)

<sup>18</sup> Castillo, D. P. (1999). La comunicación en la educación. La Crujía.

[En línea]. Consultado [13, marzo, 2015] Disponible en: <http://www.terras.edu.ar/aula/tecnicatura/3/biblio/3Prieto-Castillo-Daniel-Comunicacion.pdf>

globalización, la armonización y la motivación. El autor, a pesar de que menciona los cambios propios del desempleo y de la eliminación de puestos de trabajo, tiene una visión optimista del futuro, ya que confía en que estos nuevos ambientes impulsarán a la humanidad a formas de cooperación y de interacción no soñadas hasta el presente.

Por su parte, Marabotto y Grau (1995) se refieren en su obra Multimedia y educación a los entornos interactivos multimediales que "pueden concebirse como ambientes de representación del conocimiento extremadamente flexibles, análogos en muchas formas a la asociatividad de la mente humana". Esos recursos ofrecen:

- Información no secuencial.
- Integración de la información.
- Enlaces asociativos.
- Caminos.
- Interactividad.
- Dinamismo en el abordaje de la información.
- Integración de medios. (p.9).

#### 2.1.18. Que es el PIMTE.

Analizando la investigación del Ministerio de Turismo Ecuador<sup>19</sup> podemos conocer que es:

Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador 2014

Objetivos estratégicos

Dentro de la estrategia de productos, se han definido cuatro objetivos estratégicos principales:

1. Consolidar los productos ya existentes en Ecuador manteniendo sus niveles de notoriedad e identificación de posicionamiento y producto, con el objetivo de rentabilizar al máximo la promoción efectuada durante el último período.
2. Alcanzar niveles de notoriedad y presencia en canal altos y medio altos, para los productos clave y de consolidación, y para todos los mundos de Ecuador.

---

<sup>19</sup> Ministerio de turismo Ecuador. (2010). Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador. [En línea]. Consultado: [20, julio, 2015] Disponible en: [http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE\\_2014.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf)

3. Diversificar la oferta turística de Ecuador para desestacionalizar la demanda, distribuir los visitantes e integrar la ventaja competitiva de concentración de experiencias turísticas de Ecuador.

## **2.2. Hipótesis**

### 2.2.1. Hipótesis General.

La promoción identificará el desarrollo turístico de la parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - provincia de Manabí - República del Ecuador.

### 2.2.2. Hipótesis específicas.

- El levantamiento de una línea base sobre las potencialidades turísticas permitirá determinar la influencia en la promoción de la parroquia.
- Si se establecen estrategias de promoción permitirá fortalecer el desarrollo turístico.
- El diseño de una propuesta dará solución al problema planteado.

## Cuadro 1

### 2.2.3. Unidad de observación y análisis.

<b>Unidad de observación</b>	<b>Variables</b>	<b>Términos de relación</b>
Se levantará una línea base sobre las potencialidades turísticas para determinar la influencia en la promoción de la parroquia.		
Se levantará una línea base sobre las potencialidades turísticas para	La influencia en la promoción de la parroquia.	determinar
Se establecerán estrategias de promoción que permitirán fortalecer el desarrollo turístico		
Se establecerá estrategias de promoción que	fortalecer el desarrollo turístico	permitirá
El diseño de una propuesta dará solución al problema planteado.		
El diseño de una propuesta	solución al problema planteado	dará

Elaborado por los autores de esta tesis Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

### 2.2.4. Variables

Variable independiente: Promoción.

Variable dependiente: Desarrollo turístico.

### 2.2.5. Matriz de operacionalización de las variables

Variable independiente: Promoción.

Cuadro 2.

Matriz de operacionalización de la variable independiente.

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Instrumentos
Analizando la investigación de Torrejón <sup>20</sup> (2012) podemos conocer que la promoción es: actividad del proceso de comunicación integrada, cuya función principal es la comunicación persuasiva.(s/p)	Promoción turística	Material promocional	¿Por qué no se ha promocionado a la parroquia en el ámbito turístico?	Encuestas
	Marketing			
	Estrategias entre empresa, producto y cliente.	Propagandas	¿Cómo buscar medios para la promoción turística de la parroquia?	Entrevistas
	Publicidad			

*Nota:* Elaborado por los autores de esta tesis Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

<sup>20</sup> Torrejón, A. (2012). Diccionario turístico abreviado [En línea]. Consultado: [01, junio, 2014] Disponible en:  
<http://www.cienaniosdeturismo.gov.ar/pagina.asp?IdSeccion=19>





## CAPITULO III

### 3. Marco metodológico

#### 3.1. Modalidad de la Investigación.

El trabajo se lo realizará en la modalidad bibliográfica y de campo de tipo explicativo donde se determinará las causas y los efectos del problema existente en la Parroquia Abdón Calderón.

#### 3.2. Tipos de Investigación.

3.2.1. Exploratorio.- Los investigadores recolectarán gran cantidad de información de la parroquia determinando sus principales atractivos a través de entrevistas, fuentes bibliográficas, además de realizar encuestas a los visitantes y habitantes de la parroquia.

3.2.2. Descriptivo.-Se describirá cuáles son los problemas que se presentan en el lugar y los motivos por los cuales no se ha desarrollado el turismo en la parroquia.

3.2.3. Sintético.- A través del desarrollo de todo el contenido de la investigación se llegará a conclusiones válidas para después exponer las posibles soluciones.

### **3.3. Métodos.**

#### **3.3.1. Método Hipotético-deductivo:**

El método hipotético-deductivo lo empleamos corrientemente tanto en la vida diaria como en la investigación. Consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado. Utilizaremos este método, cuando se haya comprobado en las encuestas a los turistas si ellos conocen los atractivos naturales y culturales que posee la parroquia Abdón Calderón y si esto influye para que estos se puedan promocionar.

#### **3.3.2. Método inductivo:**

Este método que consiste en basarse de hechos particulares a afirmaciones de carácter general, permitirá observar, indagar y comparar los productos de la investigación. Iniciará el proceso con la actualización de la información de los atractivos turísticos naturales y culturales existentes en la parroquia Abdón Calderón.

#### **3.3.3. Método estadístico:**

Con los datos numéricos que se obtendrán de la investigación, específicamente de las encuestas a turistas y habitantes, se podrán conseguir resultados, porcentajes y análisis.

### **3.4 Técnicas.**

#### a) Observación

A través de visitas al sitio donde se realizará la investigación con el fin de conocer con mayor precisión los atractivos turísticos que nos permitirán obtener la información necesaria para culminar con éxito el presente trabajo.

#### b) Encuestas

Se aplicarán encuestas a los visitantes y a los habitantes de la parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - provincia de Manabí - República del Ecuador con el objetivo de saber que tanto conocen de las potencialidades turísticas de la parroquia para poder promocionar y así apoyar el desarrollo turístico de la parroquia mencionada.

#### c) Entrevistas

Se aplicarán entrevistas al Presidente de la Junta Parroquial de la Parroquia Abdón Calderón, el señor Juan Farías. Al director de turismo del G.A.D. de Portoviejo, el señor Raúl Zavala y a un docente de la carrera de marketing de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, el señor Berni Jácome.

### **3.5. Instrumentos**

Formularios de entrevistas

Formularios de encuestas

### 3.6. Población y Muestra

La población a considerarse en el presente trabajo de investigación, involucra a la Parroquia Abdón Calderón, para determinar el prototipo de la población se utilizará la muestra aleatoria simple por que se tomarán datos al azar.

#### FORMULA

Datos

$$N = 18.500$$

$$P = 0.5$$

$$Q = 0.5$$

$$Z = 0.95$$

$$E = 0.5$$

$$N = \frac{(Z)^2 (P)(Q)(N)}{(Z)^2 (P)(Q) + (N)(e)^2}$$

$$N = \frac{(0.95)^2 (0.5)(0.5)(18.500)}{(0.95)^2 (0.5)(0.5) + (18.500)(0.05)^2}$$

$$N = \frac{(0.9)(0.5)(0.5)(18.500)}{(0.9)(0.5)(0.5) + (18.500)(0.025)}$$

$$N = \frac{4162.5}{0.225 + (18.500)(0.025)}$$

$$N = \frac{4162.5}{0.225 + 4625}$$

$$N = \frac{4162.5}{4625.225}$$

$$N = 90$$

### **3.7. Recolección de la información.**

Para la recolección de la información se analizará las opiniones de los habitantes de la parroquia, autoridades y visitantes, mediante la aplicación de encuestas y entrevistas. Se realizó también levantamiento de información de campo sobre los atractivos turísticos de la parroquia.

Para la tabulación de los datos de las encuestas realizadas se requirió la estadística descriptiva, estos fueron resumidos en forma gráfica mediante la aplicación de pasteles e histogramas de frecuencia.

### **3.8. Procesamiento de la información.**

\* Microsoft word, para la elaboración del informe final de la tesis.

\* Microsoft excel, para la tabulación estadística, elaboración de cuadros y gráficos estadísticos.

\* Microsoft powerpoint, para la presentación final en la sustentación de la tesis.

## CAPITULO IV

### 4. Análisis e interpretación de los resultados.

#### 4.1. Diagnostico situacional de la parroquia Abdón Calderón.

##### 4.1.1. Datos históricos, geográficos y económicos.

###### Antecedentes históricos

Dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Abdón Calderón<sup>21</sup> se encontró la siguiente reseña histórica:

Todo nacimiento encierra un misterio y este lleva consigo el deseo y la ilusión de conocerlo y descubrirlo. Nuestro pequeño pero querido pueblo tuvo su amanecer y su nacimiento. Haciendo un poco de historia del acontecimiento que nos ocupa, os diré que este pueblo que ha acuñado varias generaciones a través del tiempo, no era más que un pequeño recinto en su extensión, pero grande en la manifestación espiritual de sus moradores, el cual se llamó primero Carrera de los Ceibos, más tarde Juan Dama, recinto que tuvo el privilegio de recibir a los misioneros Franciscanos en el año de 1889, quienes dedicaron todo su trabajo espiritual y físico a llevar hacia delante este pueblo, gracias a la benevolencia del obispo de la diócesis de Portoviejo Monseñor Pedro Schumacher, en el año de 1890 permitió establecer una misión Franciscana, en lo que hoy es Potrerillo, donde construyeron una capilla que serviría para sembrar la semilla espiritual.

Pero ante la necesidad y el deseo de los moradores de este recinto de llevarlo adelante, surge la filantropía de Don Andrés Cedeño, quien con el espíritu de hombre pensante y con el deseo de hacer de su pueblo algo más grande donó el terreno para que se construya el templo y las otras dependencias, el terreno para el cementerio y el parque.

En el año de 1891 iniciaron la construcción del templo al que llamaron San Francisco de Asís, quedando así erigida a parroquia eclesiástica. Siendo una parroquia eclesiástica, surge entre los Calderonenses de ese entonces el deseo de hacer de esta una parroquia civil, para lo cual realizaron las gestiones pertinentes hasta que el 11 de diciembre de 1907 se cristalizó el deseo de los señores: Ramón Guillermo Cedeño, Miguel Ignacio Buenaventura, David Vera, Jacinto Peragra, Alfredo Intriago, Simón Pacheco, Ernesto

---

<sup>21</sup> Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural Abdón Calderón. (2009-2014). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Abdón Calderón. Cantón Portoviejo, Provincia de Manabí.

Obregón, Pedro Alcívar, Ángel Castro, entre otros quienes en forma decidida y desinteresada unieron sus fuerzas para cristalizar el gran sueño, de que su pueblo sea elevada a parroquia civil.

Fueron también elementos activos de esta conquista los entonces ediles del consejo

Señor Manuel Santiago de la Torre, Secundino Ortega, juntamente con el entonces Presidente del consejo Señor José A. García mora quien formó una comisión integrada por los señores De La Torre ortega y Peñafiel, los mismos que realizaron las gestiones pertinentes hasta que el 3 de junio de 1909 en el Ilustre Consejo Cantonal se dio lectura al acuerdo presidencial N° 481 mediante el cual era aprobada la ordenanza dada el 11 de diciembre de 1907 la misma que elevaba a parroquia civil a lo que se llamó parroquia eclesiástica de San Francisco de Asís, a esta nueva parroquia se le dio el nombre de Abdón Calderón. Fue el 15 de Junio de 1909 que se trasladó la corporación municipal a dejar inaugurada la nueva parroquia como primeros personeros de la parroquia tenemos:

El Primer Comisario Municipal Sr. Ilamón Cedeño Ximenes

El Primer Teniente Político Sr. Francisco Julián Intriago

El Primer Profesor Sr. Cleto Mendoza (p.p. 29 y 30)

Continuando el análisis del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Abdón Calderón conocemos que:

La Parroquia Calderón tiene una extensión de 136 Km<sup>2</sup>, en la que se destacan los 13 recintos: El Centro de la parroquia, Pimpiguasí, La Ciénega, Florestal, Juan Dama, Hormiguero, Bijahual, Quebrada de Guillem, Maconta, Naranjal, Potrerillo, Miguelillo y El Jobo. Mismos que constan en la Ordenanza Municipal que aprueba oficialmente El Escudo y La Bandera de la Parroquia Abdón Calderón.

Abdón Calderón se encuentra ubicada entre las coordenadas 9882.100 y 9876.500 mts de latitud norte y entre las coordenadas 585.300 y 567.600 mts. de longitud este. Existe una diferencia de extremo a extremo en su latitud de 15,6 Km. y una diferencia de extremo a extremo en su longitud 17,7 km.

Las comunidades más numerosas son: Miguelillo, El Jobo, Quebrada de Guillén, La Balsa, Bijahual, El Hormiguero, Florestal, Maconta, Pimpiguasí.



## **Símbolos de La Parroquia Abdón Calderón**

### **Escudo**

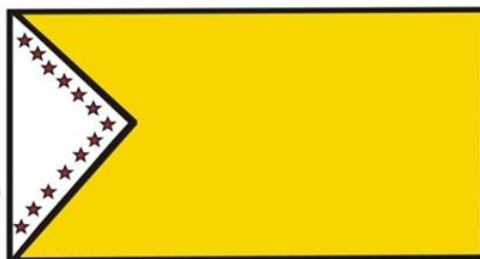
De conformidad con lo dispuesto en el Art. 129 de la Ley de Régimen Municipal vigente del año 1982, se sanciona la Ordenanza que aprueba oficialmente El Escudo y La Bandera de la Parroquia Abdón Calderón, a los veintitrés días del mes de noviembre de mil novecientos ochenta y dos. Proveyendo y firmando el actual Alcalde de Portoviejo señor Vicente Mendoza Rivadeneira.



**Grafico No.1.**

Escudo de la Parroquia Abdón Calderón

Fuente: G.A.D Abdón Calderón.



**Grafico No.2.**

Bandera de la Parroquia Abdón Calderón

Fuente: G.A.D Abdón Calderón.

### **Hidrografía:**

La parroquia está influenciada por el río Chico, nace en las montañas de Mancha Grande donde se une con el Río Chamotete en la Parroquia Alajuela desemboca en el Ceibal, en su recorrido el río atraviesa con su afluente a la Parroquia, tomando el nombre de Río Chico, en el trayecto recibe los caudales de los ríos: Mancha Grande y Río Chamotete.

### **4.2. Análisis e interpretación.**

En el objetivo número 1, se identificó y se realizó el levantamiento de información de 4 atractivos turísticos nuevos en la Parroquia Abdón Calderón: 2 naturales y 2 culturales.

Entre los atractivos naturales identificados están:

- Balneario el naranjal con jerarquía I
- Balneario la compuerta con jerarquía I

Entre los atractivos culturales identificados están:

- Plato típico la morcilla de Calderón con jerarquía I
- Fiesta patronal de San Francisco de Asís con jerarquía I

En el inventario turístico que se realizó todos los atractivos tienen jerarquía I, el balneario El Naranjal porque es uno de los balnearios más frecuentados por habitantes y turistas locales e incluso algunos son de otras provincias, este acoge a los bañistas desde el martes hasta el domingo con variedad de alimentos.

El Balneario La Compuerta consta con la categoría I y esta se debe a que a pesar de contar con características paisajísticas importantes, no se le ha dotado facilidades para mejorarlo.

Las fiestas patronales de San Francisco de Asís, tienen jerarquía I porque se ha considerado que son las fiestas más reconocidas e identificadas tanto por los habitantes como por turistas que llegan a la parroquia.

Y por último el plato típico la Morcilla que también es un atractivo cultural y es reconocida por turistas locales como nacionales tiene esta jerarquía porque a pesar de ser una tradición de la gastronomía manabita los lugares que expenden el producto no cuentan con todas las condiciones de un restaurante.

#### 4.2.1. Levantamiento de la línea base:

Cuadro 4

Atractivos turísticos de la Parroquia Abdón Calderón año 2015.

#	Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1	Balneario la compuerta	Sitios naturales	Ríos	Balnearios	I
2	Balneario el naranjal	Sitios naturales	Ríos	Balnearios	I
3	Plato típico la morcilla	Manifestaciones culturales	Etnografía	Gastronomía	I
4	Fiestas patronales de San Francisco de Asís.	Manifestaciones culturales	Etnografía	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares.	I

*Nota:* Elaborado por los autores de la tesis. Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

#### 4.2.2. Atractivos turísticos naturales de la Parroquia Abdón Calderón.

En la parroquia Abdón Calderón se identificaron dos atractivos naturales como son:

Balneario La Compuerta

Balneario El Naranjal

Cuadro 5

Atractivos turísticos naturales de la Parroquia Abdón Calderón año 2015.

<b>Atractivo</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Jerarquía</b>
Balneario la compuerta	Sitios naturales	Ríos	Balnearios	I
Balneario el naranjal	Sitios naturales	Ríos	Balnearios	I

*Nota:* Elaborado por los autores de la tesis. Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

#### 4.2.3. Atractivos turísticos culturales de la parroquia Abdón Calderón.

En la parroquia Abdón Calderón se identificaron dos atractivos culturales como son:

Plato típico la morcilla.

Fiestas patronales de San Francisco de Asís.

Cuadro 6

Atractivos turísticos culturales de la parroquia Abdón Calderón año 2015.

<b>Atractivo</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Jerarquía</b>
Plato típico la morcilla	Manifestaciones culturales	Etnografía	Gastronomía	I
Fiestas patronales de San Francisco de Asís.	Manifestaciones culturales	Etnografía	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares.	I

*Nota:* Elaborado por los autores de la tesis. Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

4.2.4. Fichas de atractivos turísticos.

<b>1. DATOS GENERALES</b>												
ENCUESTADOR: Ninoska Casanova y Carlos Tapia		FICHA: # 01										
SUPERVISOR EVALUADOR:		FECHA: 10 de diciembre 2014										
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Balneario de agua dulce La Compuerta												
PROPIETARIO:												
CATEGORÍA: Sitios Naturales	TIPO: Ríos	SUBTIPO: Balnearios										
<b>2. UBICACION</b>												
LATITUD:		LONGITUD:										
PROVINCIA: MANABI	CANTÓN: Portoviejo	LOCALIDAD: Abdón Calderón										
CALLE:	NÚMERO:	TRANSVERSAL:										
<b>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>												
NOMBRE DEL POBLADO: Portoviejo		DISTANCIA(km): 15 km										
NOMBRE DEL POBLADO: Manta		DISTANCIA (Km): 47 km										
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>												
C A L O R  L I N T R I N S E C O	V A L O R  I N T R I N S E C O	ALTURA (m.s.n.m.): 98	TEMPERATURA (°C): 22-25°C	PRECIPITACION PLUVIOMETRICA (mm/año): 0-600 °C								
		a) <b>Tamaño:</b> El balneario posee una extensión de 30 metros de ancho por 100 metros de longitud.										
		b) <b>Calidad del agua:</b> El agua se presenta de coloración verde claro en época seca (mayo-noviembre) y de coloración café en meses de lluvias (diciembre-abril) con una temperatura de 25 °C.										
		c) <b>Flora y fauna:</b> La vegetación del balneario está representada por cañaverales, plátanos y limones, la fauna está representada por peces como tilapias, camarón de agua dulce, aves y reptiles.										
		Flora										
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Nombre Común</th> <th>Nombre científico</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Caña guadua</td> <td><i>Bambusa guadua</i></td> </tr> <tr> <td>Plátano</td> <td><i>Musa paradisiaca</i></td> </tr> <tr> <td>Limón</td> <td><i>Citrus limonium</i></td> </tr> </tbody> </table>			Nombre Común	Nombre científico	Caña guadua	<i>Bambusa guadua</i>	Plátano	<i>Musa paradisiaca</i>	Limón	<i>Citrus limonium</i>
		Nombre Común	Nombre científico									
		Caña guadua	<i>Bambusa guadua</i>									
		Plátano	<i>Musa paradisiaca</i>									
		Limón	<i>Citrus limonium</i>									
Fauna												
Invertebrados												
Moluscos												
Reptiles.												

Gráfico No. 3. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Balneario La Compuerta. Datos Generales, Ubicación, Centros Urbanos más cercanos y Características físicas del Atractivo. Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

Nombre común	Nombre científico
Tilapia	<i>Oreochromis sp</i>
Camarón	<i>Macrobrachium sp</i>
Sapo Común	<i>Bufo marinus</i>
Culebra Mata Caballo	<i>Boa constrictor</i>
Lagartija	<i>Alopoglossus festas</i>
Iguana	<i>Envaltodes oshaugnessyi</i>

**Aves**

Nombre común	Nombre científico
Garrapatero	<i>Crotophegaani</i>
Pedrote	<i>Momotusmomota</i>
Paloma Frijolera	<i>Leptotilaxifalla</i>
Gallinazo	<i>Caragypsatratus</i>
Totolita Ecuatoriana	<i>Columbina buckleyi</i>

a) **Descripción del paisaje:** El Balneario La Compuerta está rodeado de árboles de limón, se representa por ser de poca vegetación. En el balneario existe una familia q brinda servicios de alimentos y bebidas todos los domingos y en tiempos de carnaval.

b) **Descripción de sus riveras:** Las Riveras se presentan en buen estado con abundante vegetación, el lugar esta adecuado para recibir turistas, en época de lluvia su caudal aumenta provocando precipitaciones abundantes.

c) **Actividades varias:** Bailes Populares y para temporadas de feriados.

d) **Vados:** la profundidad del agua oscila entre 3 metros en época seca, en época de lluvia su caudal aumenta hasta llegar de 8 a 15 metros.

Gráfico No. 4. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Balneario La Compuerta. Fauna, aves, descripción del paisaje, descripción de riveras, actividades varias, vados. Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.





A P O Y O	<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:</b>	
	NOMBRE DE LA RUTA: Cooperativa de Transporte San Plácido	
	<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
	<b>AGUA</b>	
	POTABLE	<input type="checkbox"/>
	ENTUBADA	<input type="checkbox"/>
	TRATADA	<input type="checkbox"/>
	DE POZO	<input checked="" type="checkbox"/>
	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>
	OTROS	<input type="checkbox"/>
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>		
SISTEMA INTERCONECTADO	<input checked="" type="checkbox"/>	
GENERADOR	<input type="checkbox"/>	
NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>	
<b>ALCANTARILLADO</b>		
RED PÚBLICA	<input type="checkbox"/>	
POZO CIEGO	<input type="checkbox"/>	
POZO SEPTICO	<input checked="" type="checkbox"/>	
NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>	
<b>PRECIO</b>		
SI	<input type="checkbox"/>	
NO	<input checked="" type="checkbox"/>	
ENTRADA LIBRE	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>	
Observación : _____		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
NOMBRES	DISTANCIA	
Agua de coco en Pimpiguasi	1 kilómetro	
Balneario de agua dulce Florestal	2 kilómetros	
Balneario de agua dulce Naranjal	4 kilómetros	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
LOCAL	<input checked="" type="checkbox"/>	
NACIONAL	<input type="checkbox"/>	
PROVINCIAL	<input type="checkbox"/>	
INTERNACIONAL	<input type="checkbox"/>	
Otros:		
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos		
FIRMA: SUPERVISOR	EVALUADOR	

Gráfico No. 6. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Balneario La Compuerta. Rutas de buses desde poblaciones cercanas, infraestructura básica, asociación con otros atractivos. Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

## 12. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: *Ninoska Casanova y Carlos Tapia*

FICHA: #01

SUPERVISOR EVALUADOR:

FECHA: 10 diciembre 2014

NOMBRE DEL ATRACTIVO: *Balneario La Compuerta*

PROPIETARIO: *varios*

CATEGORIA: *Sitios Naturales*

TIPO: *Rios*

SUBTIPO: *Balnearios*



Gráfico No. 7. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Balneario La Compuerta. Fotografías 1. Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.



## 12. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: *Ninoska Casanova y Carlos Tapia*

FECHA: 01

SUPERVISOR EVALUADOR:

FECHA: 10 diciembre de 2014

NOMBRE DEL ATRACTIVO: *Balneario La Compuerta*

PROPIETARIO: *Varios*

CATEGORÍA: *Sitios Naturales*

TIPO: *Ríos*

SUBTIPO: *Balnearios*



Gráfico No. 8. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Balneario La Compuerta. Fotografías 2. Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.



<b>1. DATOS GENERALES</b>									
ENCUESTADOR: Ninoska Casanova y Carlos Tapia	FICHA. # 02								
SUPERVISOR EVALUADOR:	FECHA: 10 de diciembre 2014								
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Balneario El Naranjal									
PROPIETARIO:									
CATEGORIA: Sitio Natural	SUBTIPO: Balnearios								
<b>2. UBICACION</b>									
LATITUD: LONGITUD:									
PROVINCIA: MANABI	LOCALIDAD: Abdón Calderón, Sitio El Naranjal								
CALLE:	TRANSVERSAL:								
<b>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>									
NOMBRE DEL POBLADO: Portoviejo	DISTANCIA(km): 15 Km.								
NOMBRE DEL POBLADO: Manta	DISTANCIA (Km): 30.2 Km.								
<b>4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO</b>									
C A L O R I N D I N S E C O	ALTURA (m. s.n.m.): 44								
	TEMPERATURA (°C): 26°								
	PRECIPITACION PLUVIOMETRICA (mm/año): 500-1000°c								
	a) <b>Tamaño:</b> El balneario posee una extensión de 200 metros de ancho por 25 mtrs de longitud.								
	b) <b>Calidad del agua:</b> el agua se presenta cristalina en época seca (mayo-noviembre) y de coloración verde claro en meses de lluvias (diciembre-abril) con una temperatura de 25°c.								
	c) <b>Flora y fauna:</b> La vegetación del balneario está personificada por caña guadua, plátanos y mangos, la fauna por peces, tilapias, camarón de agua dulce, aves y reptiles.								
	Flora								
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">Nombre Común</th> <th style="width: 50%;">Nombre científico</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Caña guadua</td> <td><i>Bambusa guadua</i></td> </tr> <tr> <td>Plátano</td> <td><i>Musa paradisiaca</i></td> </tr> <tr> <td>Mango</td> <td><i>Manquifera indica</i></td> </tr> </tbody> </table>	Nombre Común	Nombre científico	Caña guadua	<i>Bambusa guadua</i>	Plátano	<i>Musa paradisiaca</i>	Mango	<i>Manquifera indica</i>
	Nombre Común	Nombre científico							
	Caña guadua	<i>Bambusa guadua</i>							
Plátano	<i>Musa paradisiaca</i>								
Mango	<i>Manquifera indica</i>								
Fauna									
Invertebrados									
Moluscos									
Reptiles									

Gráfico No. 10. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Balneario El Naranjal. Datos Generales, Ubicación, Centros Urbanos más cercanos y Características físicas del Atractivo. Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

Nombre común	Nombre científico
Tilapia	<i>Oreochromis sp</i>
Camarón	<i>Macrobrachium sp</i>
Sapo Común	<i>Bufo marinus</i>
Culebra Mata Caballo	<i>Boa constrictor</i>
Lagartija	<i>Alopoglossus festae</i>
Iguana	<i>Envaltodes oshaugnessyi</i>
<b>Aves</b>	
Nombre común	Nombre científico
Garrapatero	<i>Crotophegaani</i>
Pedrote	<i>Momotusmomota</i>
Paloma Frijolera	<i>leptotilarufaxilla</i>
Gallmazo	<i>caragypsatratus</i>
Totolita Ecuatoriana	<i>Columbina buckleyi</i>

Gráfico No.11. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Balneario El Naranjal. Fauna y aves. Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R  E X T R I N S E C O</b>	<p>d) <b>Descripción del paisaje:</b> el balneario El naranjal está rodeado de cañaverales, se identifica por ser de abundante vegetación. En el balneario existen dos familias q brindan servicios de alimentos y bebidas de martes a domingos y en tiempos de carnaval y otros feriados.</p> <p>e) <b>Descripción de sus riveras:</b> estas se presentan en buen estado con abundante vegetación, el lugar esta adecuado para recibir turistas, en época de lluvia su caudal aumenta provocando precipitaciones abundantes.</p> <p>f) <b>Actividades varias:</b> Bailes y para temporadas de feriados.</p> <p>g) <b>Puente y puertos:</b> en el balneario existe un puente de metal, con una anchura de 1.50 mtrs y 30mtrs de largo, tiene cerca de casi 20 años y este año entregarán un puente nuevo que está a cargo del municipio de Portoviejo desde el año 2007. El puerto esta adecuado para recibir a los turistas.</p> <p>h) <b>Vados:</b> la profundidad del agua fluctúa entre 1 metro en época seca, en época de lluvia su caudal crece hasta llegar a 8 metros.</p> <p><b>4.1. USOS (SIMBOLISMO)</b></p> <p>1. Camping 2. Fotografía</p> <p><b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b></p> <p>1. Fiestas en temporada de carnaval 2. Elección de reina de camaval</p>	<p><b>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO</b></p> <p>ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/>          DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: Se encuentra alterado debido a que es un sitio de interés público, muy visitado por lo que se han realizado adecuaciones para mejorar el atractivo</p> <p><b>5.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%;"><b>Nombre:</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Fecha de Declaración:</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Categoría:</b></td> <td>Patrimonio de la Humanidad <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <p><b>6. ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO</b></p> <p>ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/>          DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS:</p>	<b>Nombre:</b>		<b>Fecha de Declaración:</b>		<b>Categoría:</b>	Patrimonio de la Humanidad <input type="checkbox"/>		Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>
<b>Nombre:</b>											
<b>Fecha de Declaración:</b>											
<b>Categoría:</b>	Patrimonio de la Humanidad <input type="checkbox"/>										
	Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>										

Gráfico No. 12. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Balneario El Naranjal. Descripción del paisaje, usos, organización y cumplimiento, estado de conservación del atractivo. Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.





REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS  
MINISTERIO DE TURISMO



7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
A P O Y O	TERRESTRE	ASFALTADO		X		BUS	X				365	
		LASTRADO		X		AUTOMOVIL	X					
		EMPEDRADO				4X4	X				DIAS AL MES 30	
		SENDERO		X		TREN					Culturales:	Día Inicio:
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO					Naturales:	Día Fin:
						BOTE					Todos los días	
		FLUVIAL				CANOA					HORAS AL DIA 24	
						OTROS					Culturales:	Día Inicio: sábados.
	AÉREO					AVION					Día Fin: domingo	
						AVIONETA						
						HELICOPTEROS				Naturales:		
OBSERVACIONES:												

Gráfico No. 13 Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Balneario El Naranjal. Infraestructura vial y de acceso. Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:</b>	
NOMBRE DE LA RUTA: Cooperativa de Transporte San Plácido	
<b>A</b> <b>P</b> <b>O</b> <b>Y</b> <b>O</b>	<b>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</b> <b>AGUA</b> POTABLE <input type="checkbox"/> ENTUBADA <input type="checkbox"/> TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS
	<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b> SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS
	<b>ALCANTARILLADO</b> RED PÚBLICA <input type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SEPTICO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS
	<b>PRECIO</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input checked="" type="checkbox"/> OTROS
	Observación : _____
	_____
<b>10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS</b>	
NOMBRES	DISTANCIA
Morcillas de Calderón	0.50kilómetros
Balneario de agua dulce La Compuerta	4 kilómetros
Laguna encantada	14 kilómetros
<b>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO</b>	
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/> NACIONAL <input type="checkbox"/> PROVINCIAL <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL <input type="checkbox"/> Otros:	Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos  _____ FIRMA: SUPERVISOR <span style="float: right;">EVALUADOR</span>

Gráfico No. 14. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Balneario El Naranjal. Rutas de buses desde poblaciones cercanas, asociación con otros atractivos, difusión del atractivo. Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

<b>12. DATOS GENERALES</b>		
ENCUESTADOR: Ninoska Casanova y Carlos Tapia		FICHA = 02
SUPERVISOR EVALUADOR:		FECHA: 10 diciembre 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Balneario El Naranjal		
PROPIETARIO:		
CATEGORÍA: Sitio Natural	TIPO: Ríos	SUBTIPO: Balnearios

Gráfico No. 15. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Balneario El Naranjal. Fotografías 1. Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

## 12. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Ninoska Casanova y Carlos Tapia

FICHA: # 02

SUPERVISOR EVALUADOR:

FECHA: 10 de diciembre de 2014

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Balneario El Naranjal

PROPIETARIO:

CATEGORÍA: Sitio Natural

TIPO: Ríos

SUBTIPO: Balnearios



Gráfico No. 16. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Balneario El Naranjal. Fotografías 2. Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.







<b>1. DATOS GENERALES</b>		
ENCUESTADOR: Ninoska Casanova y Carlos Tapia		FICHA # 03
SUPERVISOR EVALUADOR:		FECHA: 10 de diciembre 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Morcillas de Calderón		
PROPIETARIO: varios		
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales	TIPO: Etnografía	SUBTIPO: Gastronomía
<b>2. UBICACIÓN</b>		
LATITUD:		LONGITUD:
PROVINCIA: MANABI	CANTÓN: Portoviejo	LOCALIDAD: Abdón Calderón
CALLE:	NÚMERO:	TRANSVERSAL:
<b>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>		
NOMBRE DEL POBLADO: Portoviejo		DISTANCIA(km): 15 km
NOMBRE DEL POBLADO: Manta		DISTANCIA (Km): 47 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>		
C A L O R I N T R I N S E C O	V A L O R	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm/año): 0-600 °C
	ALTURA (m.s.n.m.): 98	TEMPERATURA (°C): 22-25°C
<p><b>Embutidos artesanales:</b> Tradición del embutido casero introducido por los Españoles. La variedad local nace en las haciendas criadoras de ganado en el valle de Río Chico, sector Pimpiguasi, de Calderón a partir del siglo XVI.</p> <p><b>Ingredientes:</b> Uso de los tripas o intestinos del cerdo, sangre, arroz y especias (cilantro, cebolla, col, aliño etc.) actualmente se creó un mecanismo diferente que es un inyector manual a presión también conocido como embudo manual o artesanal.</p> <p><b>Preparación:</b> Primero se mata al cerdo, luego se saca el entrijo, se lo lava, luego se llena cada tripa, el relleno se lo hace manual o con embudos dependiendo del tiempo disponible de las personas que lo hacen que son aproximadamente 4 a 6 personas para el relleno, luego lo ponen a hervir hasta que esté listo el caldo de manguera y luego se lo pone a refreír para que esté listo para degustar con chifles, ensalada y si gustan aji dependiendo del gusto del consumidor. La duración de la preparación de las morcillas es de 4 horas.</p>		

Gráfico No. 18. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Morcillas de Calderón. Datos generales, Ubicación, Centros urbanos más cercanos, Características físicas del atractivo. Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

C A L I D A D	V A L O R	<b>4.1. USOS (SIMBOLISMO)</b> 1. Culinarias 2. Tradición de la Gastronomía Manabita  <hr/> <b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b> 1. Festival de la morcilla.	<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b> ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/>  CAUSAS: Se ha mantenido el mismo procedimiento sin hacer cambios  <b>5.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">Nombre:</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td>Fecha de Declaración:</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Categoría:</td> <td>Patrimonio de la Humanidad</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Patrimonio del Ecuador</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Nombre:			Fecha de Declaración:			Categoría:	Patrimonio de la Humanidad	<input type="checkbox"/>	Patrimonio del Ecuador	<input type="checkbox"/>
	Nombre:													
Fecha de Declaración:														
Categoría:	Patrimonio de la Humanidad	<input type="checkbox"/>												
	Patrimonio del Ecuador	<input type="checkbox"/>												
E X T R I N S E C O			<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b> ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS:											
<b>+ 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>														
A P O Y O														
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO			
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO			
	TERRESTRE	ASFALTADO		X		BUS	X				365			
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X							
		EMPEDRADO				4X4	X				DIAS AL MES 30			
		SENDERO				TREN					Culturales: Día Inicio:			
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO					Naturales: Día Fin:			
						BOTE					Todos los días			
		FLUVIAL				CANOA					HORAS AL DIA 24			
					OTROS									
AÉREO					AVION					Culturales: Día Inicio: Sábados.				
					AVIONETA					Día Fin: Domingo				
					HELICOPTEROS					Naturales:				
<b>OBSERVACIONES:</b>														

Gráfico No. 19. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Morcillas de Calderón. Usos, organización y cumplimiento, estado de conservación del atractivo, infraestructura vial y de acceso. Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.



A P O Y O	<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:</b>	
	NOMBRE DE LA RUTA: Cooperativa de Transporte San Placido	
	<b>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</b>	
	<b>AGUA</b>	
	POTABLE	<input type="checkbox"/>
	ENTUBADA	<input type="checkbox"/>
	TRATADA	<input type="checkbox"/>
	DE POZO	<input checked="" type="checkbox"/>
	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>
	OTROS	
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>		
SISTEMA INTERCONECTADO	<input checked="" type="checkbox"/>	
GENERADOR	<input type="checkbox"/>	
NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	
OTROS		
<b>AL CANTARILLADO</b>		
RED PÚBLICA	<input type="checkbox"/>	
POZO CIEGO	<input type="checkbox"/>	
POZO SEPTICO	<input checked="" type="checkbox"/>	
NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	
OTROS		
<b>PRECIO</b>		
SI	<input checked="" type="checkbox"/>	
NO	<input type="checkbox"/>	
ENTRADA LIBRE	<input type="checkbox"/>	
OTROS		
<b>Observación:</b> Porción pequeña tiene un valor de 1.80 y la grande es de 3 dólares.		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
NOMBRES	DISTANCIA	
Balneario de agua dulce El Naranjal	0.50 kilómetros	
Balneario de agua dulce la Balsa	4 kilómetros	
Laguna Encantada	14 kilómetros	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
LOCAL	<input checked="" type="checkbox"/>	
NACIONAL	<input type="checkbox"/>	
PROVINCIAL	<input type="checkbox"/>	
INTERNACIONAL	<input type="checkbox"/>	
Otros:		
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos		
FIRMA: SUPERVISOR	EVALUADOR	

Gráfico No. 20. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Morcillas de Calderón. Rutas de buses desde poblaciones cercanas, infraestructura básica, asociación con otros atractivos, difusión del atractivo. Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.



## 12. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Ninoska Casanova y Carlos Tapia

FICHA: # 03

SUPERVISOR EVALUADOR:

FECHA: 10 diciembre de 2014

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Morcillas de Calderón

PROPIETARIO: Varios

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Gastronomía



Gráfico No. 21. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Morcillas de Calderón. Fotografías 1. Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

**12. DATOS GENERALES**

ENCUESTADOR: Ninoska Casanova y Carlos Tapia

FICHA # 03

SUPERVISOR EVALUADOR:

FECHA: 10 diciembre 2014

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Morcillas de Calderón

PROPIETARIO: varios

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Gastronomía



Gráfico No. 22. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos Morcillas de Calderón. Fotografías 2. Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.







DATOS GENERALES		
ENCUESTADOR: Ninoska Casanova y Carlos Tapia		FICHA # 04
SUPERVISOR EVALUADOR:		FECHA: 10 de diciembre 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiestas Patronales de San Francisco de Asís		
PROPIETARIO: Público		
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales	TIPO: Etnografía	SUBTIPO: Manifestaciones Religiosas, Tradicionales y Creencias Populares.
2. UBICACIÓN		
LATITUD:		LONGITUD:
PROVINCIA: MANABI	CANTÓN: Portoviejo	LOCALIDAD: Abdón Calderón
CALLE:	NÚMERO:	TRANSVERSAL:
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO: Portoviejo		DISTANCIA(km): 15 km
NOMBRE DEL POBLADO: Manta		DISTANCIA (Km): 47 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
C A L O R  I N T E R I N S E C O	V A L O R	ALTURA (m.s.n.m.): 44
	I N T E R I N S E C O	TEMPERATURA (°C): 26°C
		PRECIPITACION PLUVIOMETRICA (mm/año): 500-1000°C
<p>a) <b>Motivación y época del acontecimiento:</b> los pueblos manabitas han tenido como tradición celebrar sus fiestas en honor a sus santos y patronos, esta celebración da sus vísperas el 04 de octubre de cada año y las fiestas empiezan con un desfile en el día en el que participan todas las escuelas de la comunidad, además como invitados especiales hay grupos de bailes folclóricos y la marcha de los caballos de paso que es infaltable, en la noche hay una procesión en honor al Santo Patrono de la parroquia San Francisco de Asís en la cual se recorre la calle principal de la parroquia con una imagen gigantesca del santo y detrás sus fieles creyentes recorren las calles caminando con velas encendidas, después de estos acontecimientos empiezan los bailes populares y al día siguiente fiestas durante todo el día a la cual asisten personas de distintas comunidades pertenecientes a la parroquia e incluso de la cabecera cantonal.</p> <p>b) <b>Oportunidad de presenciarlo:</b> Esta fiesta se realiza todos los años el 04 de octubre y todos los actos de la fiesta empiezan en el sector urbano de la parroquia en la calle principal Eloy Alfaro a la altura del Parque.</p> <p>c) <b>Vestuario:</b> En el desfile que empieza en el día los niños de las escuelas de la parroquia se visten con trajes típicos y van en carros alegóricos</p> <p>d) <b>Estado de conservación de la tradición:</b> En la parroquia Abdón Calderón esta fiesta aun se conserva y es muy reconocida por todo el que llega a disfrutarla.</p>		

Gráfico No. 24. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos fiestas patronales de San Francisco de Asís. Datos generales, ubicación, centros urbanos más cercanos al atractivo, características físicas del atractivo. Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R</b>	<b>4.1. USOS (SIMBOLISMO)</b> 1. Tradiciones Religiosas  <hr/> <b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b> 1. Procesión en honor a San Francisco 2. Desfile de escuelas y colegios de la comunidad				<b>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO</b> ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: 5.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)					
	<b>E X T R I N S E C O</b>					Nombre: _____ Fecha de Declaración: _____ Categoría: Patrimonio de la Humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/> <b>6. ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO</b> ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: _____					
<b>A P O Y O</b>	<b>+ 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>										
	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b>			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>				<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	<b>DIAS AL AÑO</b>
	<b>TERRESTRE</b>	ASFALTADO		X		BUS	X				365
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X				<b>DIAS AL MES 30</b>
		EMPEDRADO				4X4	X				Culturales: Dia Inicio: 04 de octubre Dia Fin: 05 de octubre
		SENDERO				TREN					Naturales: Todos los dias
	<b>ACUATICO</b>	<b>MARITIMO</b>				BARCO					<b>HORAS AL DIA 24</b>
						BOTE					Culturales: Dia Inicio: Dia Fin:
		<b>FLUVIAL</b>				CANOA					Naturales: _____
<b>AEREO</b>					OTROS						
					AVION						
					AVIONETA						
					HELICOPTEROS						
<b>OBSERVACIONES:</b>											

Gráfico No. 25. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos fiestas patronales de San Francisco de Asís. Usos, organización y cumplimiento, estado de conservación del atractivo, infraestructura vial y de acceso. Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:</b>									
NOMBRE DE LA RUTA: Cooperativa de Transporte San Placido									
A P O Y O	<b>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</b>								
	<b>AGUA</b>								
	POTABLE <input type="checkbox"/> ENTUBADA <input type="checkbox"/> TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <i>Manantiales</i>								
	<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>								
	SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS								
	<b>AL CANTARILLADO</b>								
	RED PÚBLICA <input type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SEPTICO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS								
<b>PRECIO</b>									
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input checked="" type="checkbox"/> OTROS									
Observación: _____									
<b>10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS</b>									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>NOMBRES</th> <th>DISTANCIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Morcillas de Calderón</td> <td>0.50kilómetros</td> </tr> <tr> <td>Balneario de agua dulce El Naranjal</td> <td>1 kilometro</td> </tr> <tr> <td>Balneario de agua dulce la Balsa</td> <td>4 kilometros</td> </tr> </tbody> </table>		NOMBRES	DISTANCIA	Morcillas de Calderón	0.50kilómetros	Balneario de agua dulce El Naranjal	1 kilometro	Balneario de agua dulce la Balsa	4 kilometros
NOMBRES	DISTANCIA								
Morcillas de Calderón	0.50kilómetros								
Balneario de agua dulce El Naranjal	1 kilometro								
Balneario de agua dulce la Balsa	4 kilometros								
<b>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO</b>									
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/> NACIONAL <input type="checkbox"/>	Certifico que los datos constantes en estas hojas son veridicos								
PROVINCIAL <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>									
Otros: _____									
<p style="text-align: center;">FIRMA: SUPERVISOR _____ EVALUADOR _____</p>									

Gráfico No. 26. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos fiestas patronales de San Francisco de Asís. Rutas de buses desde poblaciones cercanas, infraestructura básica, asociación con otros atractivos, difusión del atractivo. Elaborado por: Ninaska Casanova y Carlos Tapia.

## 12. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: *Ninoska Casanova y Carlos Tapia*

FICHA: # 04

SUPERVISOR EVALUADOR:

FECHA: 10 diciembre 2014

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiestas patronales de San Francisco de Asís

PROPIETARIO:

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Manifestaciones Religiosas, tradiciones y creencias populares.



Gráfico No. 27. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos fiestas patronales de San Francisco de Asís. Fotografías 1.  
Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.



## 12. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: *Ninoska Casanova y Carlos Tapia*

FICHA: 04

SUPERVISOR EVALUADOR:

FECHA: 10 diciembre de 2014

NOMBRE DEL ATRACTIVO: *Fiestas patronales de San Francisco de Asís*

PROPIETARIO: *Varios*

CATEGORÍA: *Manifestaciones Culturales*

TIPO: *Etnografía*

SUBTIPO: *Gastronomía*



Gráfico No. 28. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos fiestas patronales de San Francisco de Asís. Fotografías 2.  
Elaborado por: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.





#### **4.3. Resultados de la entrevista dirigida al director de turismo del G.A.D Portoviejo.**

1) ¿Cree Ud. que la parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - provincia de Manabí - República del Ecuador cuenta con una planta turística aceptable?

No

2) ¿Por qué cree ud que todos los propietarios de establecimientos turísticos dela parroquia Abdón Calderón no se legalizan adecuadamente?

Por desconocimiento de la ley y ordenanzas.

3) ¿Qué proyectos tiene en futuro en la ruta del encanto?

\* Desarrollo de oferta turística sustentable.

\* Fortalecimiento empresarial.

\* Imagen y calidad de servicios en general.

4) ¿Por qué cree Ud. que la parroquia Abdón Calderón solo tiene inventariado un atractivo?

Por la no actualización del inventario.

#### 4.3.1. Resultados de la entrevista dirigida al Presidente de la Junta Parroquial.

1) ¿Cree Ud. que la parroquia tiene una buena promoción en cuanto a sus atractivos turísticos?

No, no existe una debida promoción, a pesar de haberse declarado como una parte de la ruta del encanto, las autoridades no aprovecharon ni dieron la apertura para que esto avance.

2) ¿Cómo colaboraría Ud. para que la parroquia crezca en el ámbito turístico y gastronómico?

Estamos realizando un afiche de atractivos turísticos de nuestra parroquia para entregarlos a hoteles, restaurantes y a instituciones públicas en general con el fin de que se conozca que la parroquia tiene mucho que ofrecer.

3) ¿Cómo se establece la relación con las empresas públicas y privadas para el Desarrollo Sostenible del sector turístico en la parroquia?

Con el tema de las empresas privadas no hay contacto alguno, pero en lo que se refiere a el sector público si porque tenemos el apoyo del municipio de Portoviejo y del consejo provincial de Manabí con los cuales estamos comprometidos.

4) ¿Cree Ud. que mediante un plan de promoción turística de la zona, gozará la parroquia de estabilidad laboral?

Si, se demostró en el festival de la morcilla, al menos se estabilizarán las familias que expenden el producto, todo lo podemos lograr con una preparación adecuada.

#### 4.3.2. Resultados de la entrevista dirigida a un docente de Marketing de la U.S.G.P.

1) ¿Como docente de la carrera de Marketing de la U.S.G.P, cuál cree Ud. que son las estrategias de promoción que permitirán fortalecer el desarrollo turístico de una Parroquia rural?

Cada población tiene elementos comunes que son las bases para fijar estrategias de promoción para desarrollar un sitio determinado, un buen ejemplo para una parroquia rural serían sus atractivos naturales situando como estrategias la promoción de materiales publicitarios que identifiquen a una parroquia.

2) Dentro de su experiencia en la rama ¿Cuál considera Ud. es el mejor mercado a ofertar turísticamente?

No es una regla directa. Las comunidades pueden tener potencial en ciertos mercados, hablando de Manabí, habrán comunidades que se destaquen en lo nacional pero para mí todos los mercados son buenos puntos de oferta.

3) Conoce acerca de la problemática de las parroquias rurales para desarrollarse turísticamente.

Básicamente es estructura y organización, el aprovechamiento de los recursos desde la óptica turística, deben formar a la gente en capacitaciones mediante organizaciones como el ministerio de turismo.

4) Que acciones recomendaría para la solución de esta problemática

Involucramiento más cercano con las autoridades, un involucramiento patriótico y ético. Pues hay mucho que se ha hecho pero hay poco que se ha logrado.

#### 4.4. Resultados de la Encuesta dirigida a los turistas de la Parroquia Abdón Calderón.

En función a la metodología aplicada, se procedió a la elaboración de una encuesta a los turistas que visitan la parroquia Abdón Calderón. Con el objetivo de saber si los turistas conocen los atractivos naturales y culturales que posee este sitio y si esto influye para que se pueda promocionar turísticamente. La fecha que se realizó esta encuesta fue el jueves 09 de octubre del 2014, a continuación los resultados de la Encuesta:

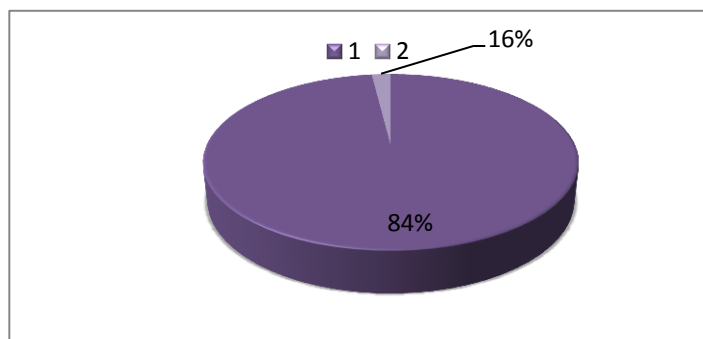
Pregunta No. 1.

1) ¿Conoce usted los atractivos naturales de la parroquia Abdón calderón?

Cuadro 7

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	42	84%
No	8	16%
Total	50	100%

Elaborado por los autores de esta tesis Ninoska Casanova y Carlos Tapia



**Gráfico No. 30.**

Pregunta # 1. Encuesta dirigida a turistas. Elaborado por los autores de esta tesis: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

**Análisis:** El 84 % de las personas encuestadas indicaron que si conocen los atractivos turísticos que existen en la parroquia, mientras que el 16 % de las personas encuestadas dijeron que no conocen los atractivos naturales.

**Interpretación:** En la encuesta se observó que la gran mayoría de turistas que visitan la parroquia Abdón Calderón si conocen los atractivos naturales.

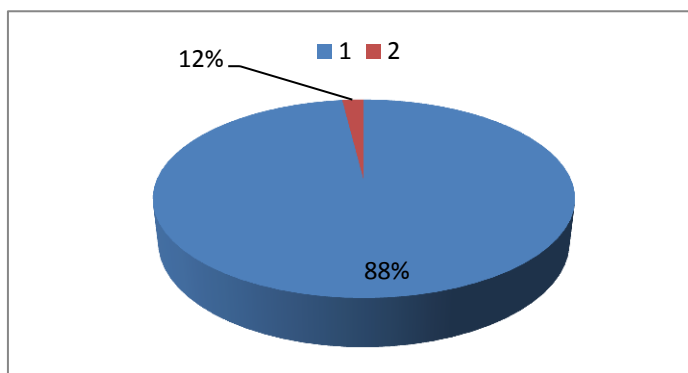
Pregunta No. 2.

2) ¿Cree Usted que las potencialidades turísticas ayudan para la promoción de la parroquia?

**Cuadro 8**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Si	44	88%
No	6	12%
Total	50	100%

*Nota:* Elaborado por los autores de esta tesis Ninoska casanova y Carlos Tapia.



**Gráfico No. 31.**

Pregunta # 2. Encuesta dirigida a turistas. Elaborado por los autores de esta tesis: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

**Análisis:** El 88 % de las personas encuestadas indicaron que con las potencialidades turísticas que ofrece la parroquia si se puede promocionar turísticamente, mientras que el 12 % de las personas encuestadas dijeron que las potencialidades no ayudan para la promoción del lugar.

**Interpretación:** En la encuesta se observó que la mayoría de la personas que visitan la parroquia Abdón Calderón creen que las potencialidades turísticas si ayudan a promocionar el sitio aunque una mínima cantidad indicaron que no.

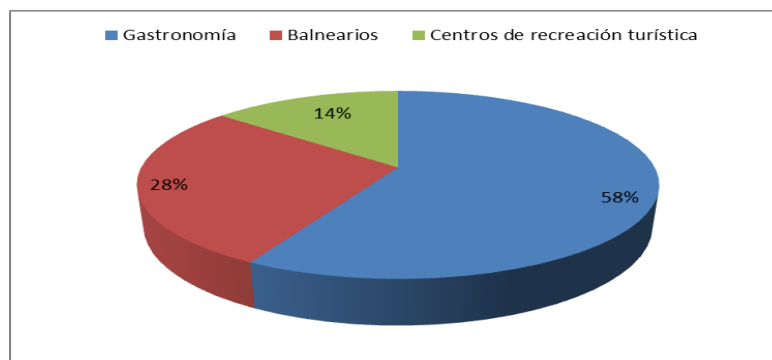
Pregunta No. 3.

3) ¿Ud. visita la parroquia por disfrutar de?

Cuadro 9

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Gastronomía	29	58%
Balnearios	14	28%
Centros de recreación turística	7	14%
Total	50	100%

*Nota:*Elaborado por los autores de esta tesis Ninoska Casanova y Carlos Tapia.



**Gráfico No. 32.**

Pregunta # 3. Encuesta dirigida a turistas. Elaborado por los autores de esta tesis: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

**Análisis:** El 58 % de las personas encuestadas indicaron que visitan la parroquia por su gastronomía, el 28 % de las personas encuestadas dijeron que por sus balnearios de agua dulce mientras que el 17% por los centros de recreación turística.

**Interpretación:** En la encuesta se observó que la gran mayoría de las personas que visitan la parroquia Abdón Calderón lo hacen por su gastronomía.

Pregunta No. 4.

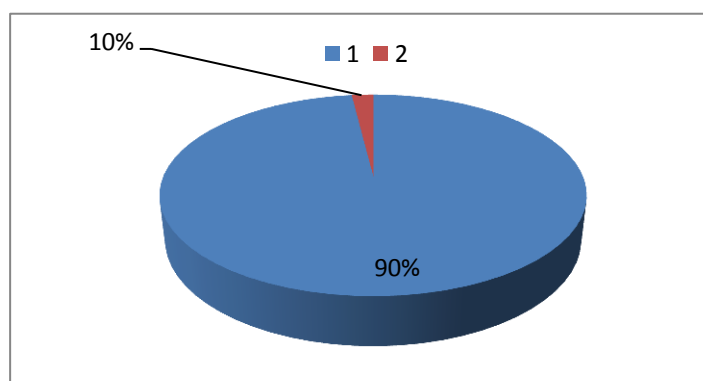
4) ¿Cree Ud. q la parroquia en mención podrá desarrollarse al promocionar sus atractivos naturales y culturales?

Cuadro 10

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Si	45	90%
No	5	10%
Total	50	100%

*Nota:* Elaborado por los autores de esta tesis Ninoska Casanova y Carlos

Tapia.



**Gráfico No. 33.**

Pregunta # 4. Encuesta dirigida a turistas. Elaborado por los autores de esta tesis: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

**Análisis:** El 90 % de las personas encuestadas mencionaron que la parroquia Abdón Calderón si se puede desarrollar turísticamente y dar a conocer todos los atractivos tantos naturales como culturales que posee, mientras que el 10 % de las personas encuestadas dijeron que no conocen los atractivos.

**Interpretación:** En la encuesta se observó que la gran mayoría de las personas que visitan la parroquia Abdón Calderón indicaron que la misma si se puede desarrollar ya que posee atractivos naturales y culturales.



#### 4.4.1. Resultados de la Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Abdón Calderón.

En función a la metodología aplicada, se procedió a la elaboración de una encuesta a los habitantes de la parroquia Abdón Calderón. Con el objetivo de saber si la parroquia posee suficientes atractivos para que progrese en el ámbito turístico y si las microempresas brindan un servicio adecuado para atraer a los turistas a la parroquia. La fecha que se realizó esta encuesta fue el jueves 09 de octubre del 2014, a continuación los resultados de la Encuesta:

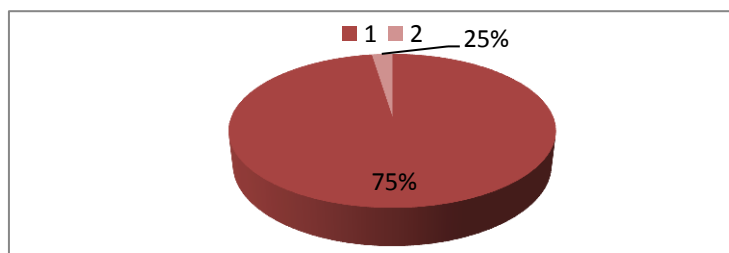
Pregunta No. 1.

1) ¿Cree usted que los atractivos de la parroquia Abdón Calderón son suficientes para que esta progrese turísticamente?

Cuadro 11

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Si	30	75%
No	10	25%
Total	40	100%

*Nota:* Elaborado por los autores de esta tesis Ninoska Casanova y Carlos Tapia.



**Gráfico No. 34.**

Pregunta # 1. Encuesta dirigida a habitantes. Elaborado por los autores de esta tesis: Ninoska Casanova y Carlos Tapia

**Análisis:** El 75 % de las personas encuestadas indicaron que los atractivos turísticos que existen en la parroquia si son suficientes para ser potenciados turísticamente, mientras que el 25 % de las personas encuestadas dijeron que no.

**Interpretación:** En la encuesta se observó que la gran mayoría de los habitantes de la parroquia Abdón Calderón indican que los atractivos turísticos que posee la parroquia son suficientes para que se potencialicen turísticamente aunque una pequeña cantidad de habitantes dijeron que no son suficientes para que esta progrese turísticamente.

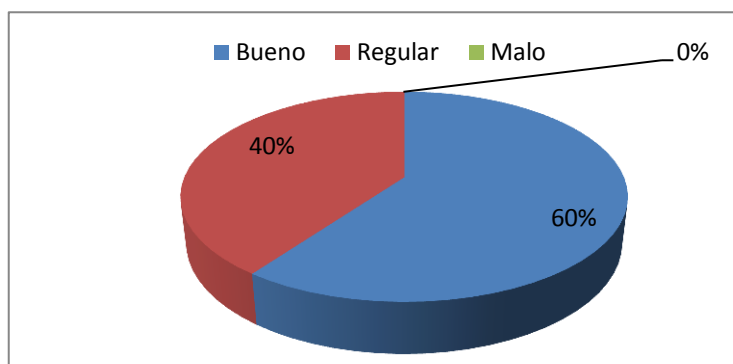
Pregunta No. 2.

2) ¿Cuál es su opinión acerca del servicio que brindan las microempresas turísticas de la parroquia en mención?

Cuadro 12

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	24	60%
Regular	16	40%
Malo	0	0%
Total	40	100%

*Nota:* Elaborado por los autores de esta tesis Ninoska Casanova y Carlos Tapia.



**Gráfico No. 35.**

Pregunta # 2. Encuesta dirigida a habitantes. Elaborado por los autores de esta tesis: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

**Análisis:** El 60 % de los habitantes encuestados opinaron que es bueno el servicio de las microempresas turísticas que existen en la parroquia, mientras que el 40 % de las personas encuestadas dijeron que las microempresas turísticas dan un servicio regular.

**Interpretación:** En la encuesta se observó que la mayoría de los habitantes de la parroquia Abdón Calderón indican que las microempresas turísticas si dan un buen servicio al turista.

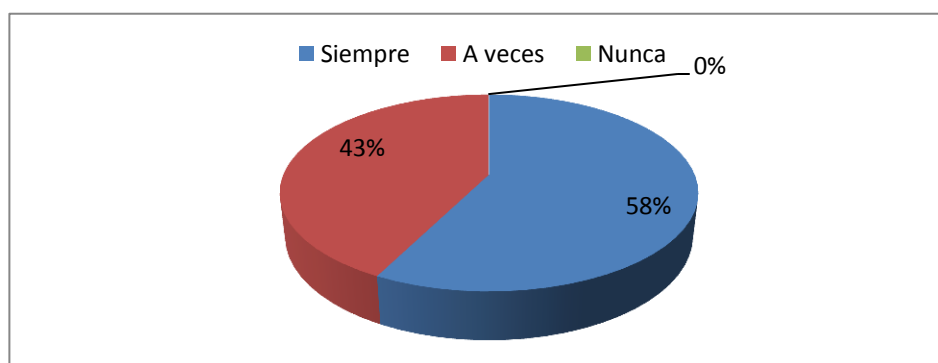
Pregunta No. 3.

3) ¿Existe la presencia de turistas en la parroquia gracias a sus atractivos turísticos?

Cuadro 13

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	23	58%
A veces	17	43%
Nunca	0	0%
Total	40	100%

*Nota:* Elaborado por los autores de esta tesis Ninoska Casanova y Carlos Tapia.



**Gráfico No. 36.**

Pregunta # 3. Encuesta dirigida a habitantes. Elaborado por los autores de esta tesis: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

**Análisis:** El 58 % de los habitantes encuestados opinaron que siempre existe afluencia de turistas en la parroquia gracias a sus atractivos, mientras que el 43 % de las personas encuestadas dijeron que a veces. Y el 0% nada.

**Interpretación:** En la encuesta se observó que la gran mayoría de los habitantes de la parroquia Abdón Calderón indican que siempre existe afluencia de turistas en la parroquia gracias a sus atractivos turísticos.

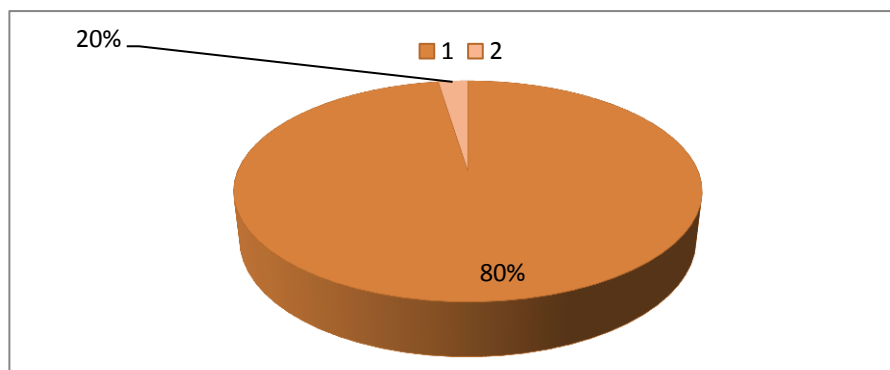
Pregunta No. 4.

4) ¿Cree Ud. que se ha incrementado el servicio de restaurantes con la afluencia de turistas en la parroquia Calderón?

Cuadro 14

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Si	32	80%
No	8	20%
Total	40	100%

*Nota:* Elaborado por los autores de esta tesis Ninoska Casanova y Carlos Tapia.



**Gráfico No. 37.**

Pregunta # 4. Encuesta dirigida a habitantes. Elaborado por los autores de esta tesis: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

**Análisis:** El 80 % de los habitantes encuestados indicaron que si se ha incrementado el servicio de restaurantes con la afluencia de turistas en la zona, mientras que el 20 % de las personas encuestadas dijeron que no.

**Interpretación:** En la encuesta se observó que la gran mayoría de los habitantes de la parroquia Abdón Calderón indican que si se han incrementado negocios de restaurante en el sitio gracias a la afluencia de turistas que van a hacer turismo en la zona.

#### **4.5. Estrategias de promoción.**

Se establecieron estrategias de promoción para fortalecer el desarrollo turístico, en este segundo objetivo se implantaron estrategias como por ejemplo la difusión de los atractivos de la parroquia por radio y televisión, esto ayudara mucho a que la parroquia aumente su porcentaje de turistas pues cabe recalcar que este tipo de medios son los que llaman mucho la atención e influyen en las personas para que tengan una comunicación rápida e inmediata y además incentiva la imaginación de quien escucha el mensaje.

##### 4.5.1. Difusión por radio y televisión:

Dentro de este objetivo se han buscado las mejores estrategias de promoción para fortalecer el desarrollo turístico de la Parroquia Abdón Calderón que son sin duda la publicidad por la radio y la televisión.

El ser humano por satisfacer su necesidad de comunicarse cada vez mejor, ha realizado varias investigaciones las cuales han sido el impulso que ha conseguido la creación de herramientas eficaces para la comunicación.

Tanto hemos crecido que ya gozamos del teléfono, el cine, la radio y la televisión.

Todas estas herramientas de promoción han sido indudablemente una evolución de la comunicación del ser humano y esto ha sido posible gracias a la tecnología, que sido el instrumento cuyo progreso ha fijado el desarrollo de toda la humanidad.

La radio:

En lo que nos referimos a la promoción por radio se va a pedir el apoyo necesario a la junta parroquial de Abdón Calderón para la difusión de los atractivos de la parroquia, el tiempo que durarán las propagandas de promoción de la parroquia en la radio serán de 3 minutos, porque este medio que nos ofrece muchos beneficios a bajo costo como por ejemplo:

- Rapidez: Los contenidos se difunden al momento permitiendo así informarse de los últimos sucesos.

- Da lugar a la imaginación: es probable que el oyente cree personajes, o ideas con los datos de quien narra el mensaje.
- Portabilidad: Podemos llevar el radio donde sea y oír mientras realizamos cualquier tarea.
- Interacción con el oyente: Dependiendo del programa y emisora, podemos encontrar actividades destinadas a estudiantes donde pueden participar llamando para dar sus opiniones, sobre un tema específico.
- Alcance: Puede llegar a audiencias donde no existan entidades educativas y formar así a sus espectadores a bajo costo.

La televisión:

En lo que concierne al tema de la televisión, también habrá el apoyo de la Junta Parroquial y de entidades más grandes como el Municipio de Portoviejo quién está comprometido con toda la ayuda que sea necesaria para el mejoramiento y progreso de la Parroquia.

El tiempo que estarán al aire las propagandas de promoción turística serán de 1 minuto.

Cabe recalcar que los costos de promoción sobre los atractivos de la parroquia por televisión son más elevados pero aun si se cuenta con muchas ventajas como son:

- Alto contenido de estimulación: Al concertar imágenes, contenido, animaciones, es más atrayente para quien lo ve y por lo tanto tiene mayor estímulo que con otros medios.
- Favorece al desarrollo de la capacidad de escuchar, observar y describir.
- Puede emplearse como recurso educativo: Por ejemplo en nuestro país, Ecuador desde principios del mes de octubre del 2012, se empezó a transmitir un plan llamado Educa, televisión para aprender, transmitido como un segmento de la hora educativa que el Ministerio de Educación diseñó para brindar a los niños y jóvenes una alternativa de programación.
- Es un medio didáctico que puede utilizarse como incorporación a la clase para comprender mejor una explicación, ya que se tocan diferentes temas que pueden emplearse en la vida diaria.

Es un medio masivo, por lo que se puede llegar a una mayor audiencia.

#### 4.5.2. Difusión por Internet:

Ventajas:

- Hace la comunicación mucho más sencilla.
- Es posible conocer e interactuar con muchas personas de todas partes del mundo.
- La búsqueda de información se vuelve mucho más sencilla, sin tener que ir forzosamente a las bibliotecas tradicionales.
- Es posible encontrar muchos puntos de vista diferentes sobre alguna noticia.
- Y es posible compartir muchas cosas personales o conocimientos que a otro le puede servir, y de esa manera, se vuelve bien provechoso.

Esta es una estrategia muy importante en la promoción de la parroquia en mención, pero gracias a la colaboración y el trabajo en equipo con el Presidente de la Junta Parroquial del Gobierno Autónomo Descentralizado Abdón Calderón es una estrategia ya realizada.

Cuadro 15

Costos de la difusión por radio y televisión.

<b>Costos de promoción por radio y televisión.</b>	
Difusión por televisión	\$ 1.880,00 mensuales
Difusión por radio	\$ 200,00 mensuales
<b>Total</b>	<b>\$ 2.080,00</b>

*Nota:* Elaborado por los autores de esta tesis Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

#### 4.6. Comprobación de hipótesis.

##### 4.6.1. Comprobación de hipótesis general

Cuadro 16

Comprobación de hipótesis general.

<b>Tema</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis general</b>	<b>Comprobación</b>
Promoción como apoyo para el desarrollo turístico de la Parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - Provincia de Manabí - República del Ecuador.	Determinar la promoción como apoyo para el desarrollo turístico de la parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - provincia de Manabí - República del Ecuador.	La promoción determinará el desarrollo turístico de la parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - provincia de Manabí - República del Ecuador.	Los resultados de la pregunta No. 1 dirigida a los habitantes de la parroquia, indica que El 75 % de las personas encuestadas expresan que los atractivos turísticos que existen en la parroquia son suficientes para ser potenciados turísticamente, mientras que el 25 % de las personas encuestadas dijeron que no. En la pregunta No. 2 dirigida a los habitantes de la parroquia el 60 % de los encuestados opinaron que es bueno el servicio de las microempresas en la parroquia, mientras que el 40 % de las personas encuestadas dijeron que las microempresas dan un servicio regular, lo que indica que hay buen servicio pero debe mejorar.

*Nota:* Elaborado por los autores de esta tesis Ninoska Casanova y Carlos Tapia.



#### 4.6.2. Comprobación de Hipótesis específica 1

Cuadro 17

Comprobación de hipótesis específica 1

<b>Tema</b>	<b>Objetivo Específico 1</b>	<b>Hipótesis específica 1</b>	<b>Comprobación</b>
Promoción como apoyo para el desarrollo turístico de la Parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - Provincia de Manabí - República del Ecuador.	Levantar una línea base sobre las potencialidades turísticas para que determinen la influencia en la promoción turística de la parroquia.	El levantamiento de una línea base sobre las potencialidades turísticas permitirá determinar la influencia en la promoción turística de la parroquia.	Los resultados de la pregunta No. 2 dirigida a los turistas que visitan la parroquia, nos refleja que el 88% de los encuestados consideró que las potencialidades turísticas si ayudan para la promoción de la parroquia, mientras que el 12% de los encuestados dijeron que las potencialidades no ayudan para la promoción del lugar, porque hace falta una adecuada planta turística, las autoridades no apoyan ni invierten en el sector turístico y solo se conoce a la parroquia por la venta de morcillas y no por sus atractivos naturales.

*Nota:* Elaborado por los autores de esta tesis Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

#### 4.6.3. Comprobación de Hipótesis específica 2

Cuadro 18

Comprobación de hipótesis específica 2

<b>Tema</b>	<b>Objetivo Específico 2</b>	<b>Hipótesis específica 2</b>	<b>Comprobación</b>
Promoción como apoyo para el desarrollo turístico de la Parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - Provincia de Manabí - República del Ecuador.	Establecer estrategias de promoción para fortalecer el desarrollo turístico.	Si se establecen estrategias de promoción permitirá fortalecer el desarrollo turístico.	La pregunta No. 4 dirigida a los turistas que visitan la parroquia en mención nos muestra que el 90 % de las personas encuestadas mencionaron que la parroquia Abdón Calderón si se puede desarrollar turísticamente y dar a conocer todos los atractivos tanto naturales como culturales que posee, mientras que el 10 % de las personas encuestadas dijeron que no, porque hace falta establecer estrategias para lograr su posterior desarrollo.

*Nota:* Elaborado por los autores de esta tesis Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

#### 4.6.4. Comprobación de Hipótesis específica 3

Cuadro 19

Comprobación de hipótesis específica 3

<b>Tema</b>	<b>Objetivo Específico 3</b>	<b>Hipótesis específica 3</b>	<b>Comprobación</b>
Promoción como apoyo para el desarrollo turístico de la Parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - Provincia de Manabí - República del Ecuador.	Diseñar una propuesta para dar solución al problema planteado.	El diseño de una propuesta dará solución al problema planteado.	La pregunta No. 3 dirigida a los turistas refleja que el 58 % de las personas encuestadas indicaron que visitan la parroquia por su gastronomía, el 28 % de las personas encuestadas dijeron que por sus balnearios de agua dulce mientras que el 17% por los centros de recreación turística. Por lo tanto diseñar una propuesta para asociar todas estas razones por las cuales los turistas visitan la parroquia sería muy útil para que Abdón Calderón sea reconocido como una parroquia que recopila atractivos de todo tipo.  El 58 % de los habitantes encuestados opinaron que siempre existe afluencia de turistas en la parroquia gracias a sus atractivos, mientras que el 43 % de las personas encuestadas dijeron que a veces, diseñar una propuesta será de mucha utilidad para ver crecer a la parroquia.

*Nota:* Elaborado por los autores de esta tesis Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

## CAPITULO V

### 5. Conclusiones y Recomendaciones.

#### 5.1. Conclusiones.

- 1 Se realizó el levantamiento de la línea base sobre las potencialidades turísticas para que estas determinarán la influencia en la promoción turística de la parroquia, en este primer objetivo se hizo el levantamiento de información destacando 4 atractivos principales en la Parroquia evidenciados en las fichas de los atractivos turísticos, estos atractivos son: Balneario la compuerta, Balneario el naranjal, el plato típico las morcillas y por último las fiestas patronales de San Francisco de Asís.
- 2 En el objetivo 2 Se creó la imagen corporativa del Circuito turístico como también se definió los canales de difusión para informar, convencer y actuar con él objetivo de captar la atención de los futuros clientes y dejar plasmada en sus mentes de manera clara y concisa el nombre de la parroquia como un lugar turístico digno de ser visitado.
- 3 Por ultimo en el objetivo 3 se diseñó una propuesta para dar solución al problema planteado, la investigación se realizó en la Parroquia Abdón Calderón, gracias a su ubicación geográfica, a los atractivos internos que ostenta, su viabilidad y la disposición de asociarse con los demás atractivos complementarios de la zona de ejecución del proyecto, En este objetivo se permitió diseñar el circuito turístico comunitario en la parroquia Abdón calderón, cantón Portoviejo, provincia de Manabí. Se ejecutó el inventario de los atractivos turísticos naturales y culturales

basándose en la metodología del Ministerio de Turismo de la República del Ecuador, Coordinación Zonal 4 con la cual se crearon las fichas de los atractivos, ejecutando la pertinente investigación de campo en la que se seleccionó datos generales y específicos de cada uno de ellos, esta información permitió incluir ciertos atractivos en el diseño del circuito turístico y a su vez se seleccionó información para crear un guión para los futuros guías del circuito comunitario.

- 4 La aplicación de las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia dio a conocer que siempre existe afluencia de turistas en la parroquia gracias a sus atractivos turísticos y la encuesta realizada a los turistas se pudo conocer que la gran mayoría de ellos visitan la parroquia Abdón Calderón porque si conocen los atractivos naturales.
- 5 La aplicación de las entrevistas nos indicaron que existe la predisposición de autoridades parroquiales y municipales para contribuir al desarrollo y mejoramiento de los atractivos de la parroquia.

## **5.2. Recomendaciones.**

- 1** El circuito turístico de la Parroquia Abdón Calderón es el primer gran paso que la misma lleva a cabo, gracias a este proyecto la parroquia puede introducirse en la actividad turística organizada en la que los beneficiarios directos son los habitantes de la comunidad.
- 2** El presente proyecto debe ser desarrollado, para que se efectúe con los objetivos planteados en esta investigación, generando fuentes de trabajo para toda el área de influencia del circuito turístico comunitario.
- 3** Involucrar al GAD Parroquial de Abdón Calderón para que destine un mayor presupuesto para el desarrollo de la actividad turística.
- 4** Utilizar el logo creado en este proyecto para que las personas identifiquen y reconozcan a la parroquia.
- 5** Potencializar los recursos turísticos de la parroquia, mediante la incorporación del inventario de atractivos turístico actualizado, en el presente estudio.
- 6** Fortalecer el manejo de los recursos naturales y garantizar la conservación de los mismos, a través de campañas ambientales, orientadas por el Ministerio del Ambiente del Ecuador.

## CAPÍTULO VI

### 6. Propuesta.

#### 6.1. Datos informativos.

##### 6.1.1. Título de la propuesta.

Diseño de un circuito turístico que contribuya al desarrollo del turismo en la Parroquia Abdón Calderón del Cantón Portoviejo, Provincia De Manabí.

##### 6.1.2. Periodo de ejecución

Fecha de inicio: Diciembre del 2015

Fecha final: Diciembre del 2016

##### 6.1.3. Descripción de los beneficiarios.

Beneficiarios directos

- Habitantes de la parroquia Abdón Calderón

Beneficiarios indirectos

- Gobierno parroquial de Abdón Calderón.
- Habitantes
- Turistas locales
- La sociedad Manabita y Ecuatoriana.

#### 6.1.4. Ubicación sectorial y física.

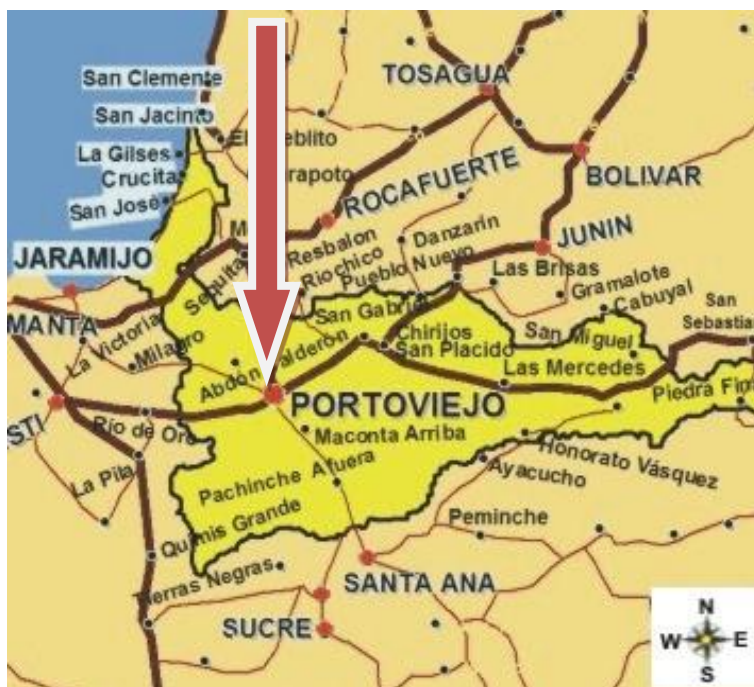


Gráfico No. 38.

Mapa de Portoviejo.

Fuente: Google Ecuador

La parroquia Abdón Calderón se encuentra a una distancia de 15 km desde Portoviejo que es su cabecera cantonal.

Investigando el P.D.O.T<sup>22</sup> de la parroquia podemos conocer que:

“La parroquia Abdón Calderón está inmersa en la población total del cantón Portoviejo 280.029 con aproximadamente 18,500 habitantes, de los cuales tiene un predominio del 50.60% de hombres, sobre el total de mujeres del 49.40%.” (p. 36)

Continuando la lectura del mismo autor, Abdón Calderón se encuentra ubicado entre las coordenadas 9882.100 y 9876.500 mts. De latitud norte y entre las coordenadas 585.300 y 567.600 mts. de longitud este. Existe una diferencia de extremo a extremo en su latitud de 15,6 Km. y una diferencia de extremo a extremo en su longitud 17,7 km. (p.32)

<sup>22</sup>Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia Abdón Calderón. (2009-2014).



### 6.1.5. Límites y Ubicación Parroquial.

Analizando la página web del Gobierno Parroquial Abdón Calderón<sup>23</sup> podemos conocer que:

La parroquia se encuentra localizada al sur central del Cantón Portoviejo, limita:

**NORTE:** Las parroquias Pueblo Nuevo y Río Chico del Cantón Portoviejo

**SUR:** La Parroquia Ayacucho del Cantón Santa Ana

**ESTE:** Las Parroquias Alajuela y Chirijos del Cantón Portoviejo

**OESTE:** Zona Urbana del Cantón Portoviejo (p.33).

## 6.2. **Introducción.**

El turismo es una actividad relativamente nueva, que a lo largo de la historia ha evolucionado a pasos agigantados, generando también conciencia de protección del medio ambiente y revalorización de la cultura, en Ecuador los recursos turísticos naturales y culturales son únicos, a parte de las fortalezas de su talento humano (como la calidez de la gente), la competitividad en precios, salud, seguridad, transporte, variedad en alojamiento, facilidades para el ingreso de los turistas, así como los rubros que el Estado ha destinado

---

<sup>23</sup>G.A.D Parroquial Rural de Abdón Calderón. (2014-2019). [En línea]. Consultado: [20, febrero, 2015]  
Disponible en:

<http://gadabdoncalderon.gob.ec/manabi/?p=122>

para su desarrollo, al igual que las nuevas políticas direccionadas al desarrollo de la actividad. (p.1).

Los autores de este proyecto de investigación pudimos analizar que, la parroquia Abdón Calderón se caracteriza por sus balnearios y principalmente por su gastronomía, de esto surgió la nueva propuesta que permitirá dinamizar fuentes de trabajo para sus habitantes generando así ingresos económicos y una mejor calidad de vida para sus habitantes. Además los dueños de establecimientos turísticos tendrán la oportunidad de capacitarse para ofrecer un mejor servicio, todas estas nuevas alternativas que se implementaran a través de la gestión el GAD parroquial permitirán que la población se beneficie, logrando así a mediano plazo ofrecer productos y servicios turísticos competitivos.

Se plantearán 3 objetivos en la propuesta, como primer objetivo implantamos la creación del logo y slogan que se utilizará en la propagación del circuito, el segundo objetivo es realizar el guión turístico y el itinerario para obtener la información que el turista requiere dentro del recorrido y el tercer objetivo es la socialización de la propuesta destinada al presidente de la junta parroquial y los representantes de la comunidad.

Abdón Calderón es una parroquia que se destaca por sus recursos naturales y qué mejor que contar con un circuito turístico que represente los sitios más interesantes de la misma. De esta manera se apreciará un avance al desarrollo turístico de manera inmediata.

### **6.3. Justificación**

Los autores de esta tesis pudimos analizar que, la importancia de la creación de un circuito turístico radica en la información que brindemos al turista sobre cada uno de los atractivos que este visitará.

Con la ejecución de este circuito turístico, se tiene la perspectiva de que la población no solo calderonense, si no también manabita se fije en la evolución que está asumiendo la parroquia y se sientan vinculados con el desarrollo de este tipo de proyectos, fomentando así el interés por conocer un poco más de su entorno y conservarlo para las futuras generaciones.

Este circuito será el motor de desarrollo local, frente a actividades económicas tradicionales, las microempresas comunitarias, que se dedican a brindar productos y servicios lo harán con un margen de ética, calidad y eficiencia, lo cual aportará al crecimiento turístico local y regional, este proyecto será una iniciativa emprendedora que permitirá el desarrollo turístico de la parroquia.

### **6.4. Objetivos**

#### **6.4.1. Objetivo General.**

Diseñar un circuito turístico en la parroquia Abdón Calderón que permita el fortalecimiento y aprovechamiento de los recursos para el desarrollo del turismo en la zona.

#### 6.4.2. Objetivos específicos.

Creación del logo, slogan o marca publicitaria que será utilizada en la propagación del circuito.

Realizar el guión turístico y el itinerario para obtener de primera mano la información que el turista requiere dentro del recorrido.

Socializar la propuesta para dar conocimiento de la investigación realizada a las autoridades involucradas y a la comunidad.

### **6.5. Fundamentación teórica.**

#### 6.5.1. Atractivos turísticos:

Analizando la metodología para inventarios de atractivos turísticos de la República del Ecuador<sup>24</sup> (2004) se pudo encontrar la siguiente definición: “Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado. Contribuyen a confrontar la oferta turística del país” (p. 2).

#### 6.5.2. Circuito turístico:

Indagando en la obra de Martínez<sup>25</sup> (2011) podemos conocer que:

---

<sup>24</sup>Ministerio de Turismo de la República del Ecuador. 2004. Metodología para inventarios de atractivos turísticos. Quito, República del Ecuador.

<sup>25</sup>Martínez, R. (2011). Turismo Espiritual una alternativa de desarrollo para las poblaciones. [En línea]. Consultado: [1, noviembre, 2013] Disponible en:

La elaboración de una ruta o circuito es importante tener en cuenta los factores tales como conveniencia de realizar una investigación previa de la zona, inventario, entrevistas y visitas de campo. Deben considerarse las variaciones climatológicas de la región, jerarquizar sus recursos. En el trazado de las rutas es pertinente calcularlas distancias para fijar los puntos de partida y la finalización del circuito. El diseño debe incluir el nombre del circuito.

El circuito es una amalgama de productos y servicios ofrecido al turista para satisfacer su motivación de viajero. (p. 99)

Así mismo comparando la obra de Quesada<sup>26</sup>(2009): “Los circuitos turísticos son un recorrido turístico, que se origina y finaliza en el mismo lugar, transitando por varios puntos de interés, los que solo se visitan una vez durante el periplo” (p. 265)

Además otro criterio relacionado es el que menciona Vaca<sup>27</sup> (2010): El cual define al circuito turístico como la suma de varios corredores que unen los servicios y productos de un destino turístico con otros destinos; para el beneficio de las zonas turísticas y para quienes disfrutan del turismo (p. 3)

### 6.5.3. Ruta turística.

Investigando la obra de Álvaro<sup>28</sup> (2010) obtuve el concepto de una ruta turística: “Es el camino que se decide tomar para desarrollar determinada actividad turística, está estipulada por una serie de valores culturales y naturales que hacen de ella un recurso lineal de atracción”. (p. 37).

### 6.5.4. Publicidad:

---

[http://books.google.com.ec/books?id=AvKlu3l0ftsC&printsec=frontcover&hl=es&source=gb\\_s&summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=AvKlu3l0ftsC&printsec=frontcover&hl=es&source=gb_s&summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

<sup>26</sup>Quesada, R. 2009. Elementos del turismo. Concepto de Circuito turístico. Editorial Universidad a Distancia San José, Costa Rica. Primera Edición.

<sup>27</sup>Vaca, M. 2010. Circuito Turístico Guayaquil – Salinas – Puerto Cayo. Tesis Facultad de Ingeniería Marítima, licenciatura en Turismo, Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador.

<sup>28</sup>Álvaro, G. (2010). La Guía del Guía. Manta, Republica del Ecuador: MAR ABIERTO.

Analizando la obra de Gonzáles, y Prieto<sup>29</sup> (2009) se pudo hallar la siguiente definición:

La publicidad comercial consiste en divulgar, es decir, dar a conocer algo a capas amplias de la población. Lo que queremos divulgar son mensajes no de cualquier tipo, sino de carácter comercial. Además, lo hacemos al objeto de atraer consumidores para nuestro producto o usuario para nuestro servicio. (p. 16)

#### 6.5.5. Concepto de Itinerario:

Casanova, N. (Comunicación personal, 23 enero del 2015).

Hoy por hoy empleamos el término itinerario, al camino que debe recorrerse para lograr llegar a un lugar determinado, mostrando las calles por las que se debe pasar y detallándolas con sus atractivos y servicios como (hotelería, comedores, estaciones de servicios y gasolineras.) entre otros.

El itinerario permite planear, para evitar desventajas como perder el tiempo recorriendo caminos equivocados, selecciona vías mejor organizadas. Facilita ubicarse en un punto, y anunciar las dificultades o beneficios que suelen hallarse en los espacios del camino. Los Guías de turismo se encargan de concretar itinerarios para cautivar a los turistas y lograr así q estos sean atraídos.

---

<sup>29</sup>Gonzáles, M. & Prieto, M. (2009). Manual de publicidad. [En línea]. Consultado: [27, noviembre, 2013]  
Disponible en:  
[http://books.google.com.ec/books?id=BIr23cWZIOQ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=BIr23cWZIOQ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

## 6.6. Actividades.

### 6.6.1. Cuadro de Actividades

ACTIVIDADES	Octubre 2014- Julio 2015										
	Oct	Nv	Dc	En	Fb	Mz	Ab	My	Jn	Jl	
<b>Componente 1</b>											
<b>1 Elaborar un logo, slogan y material de promoción para que la parroquia pueda ser identificada.</b>											
El logo se diseñara en colores verde y celeste y representara la riqueza de la parroquia											
El slogan se plasmara en base a los atractivos más representativos de la parroquia.											
El material de promoción turística permitirá que los visitantes tengan información sobre los atractivos											
<b>Componente 2</b>											
<b>2 Hacer el itinerario y guión del recorrido del circuito.</b>											
Descripción de los horarios de visita a lugares establecidos											
Diseño gráfico del recorrido del circuito turístico											
Descripción detallada de la actividad que se desarrollará en cada localidad											
<b>Componente 3</b>											
<b>3 Socialización de la propuesta</b>											
Reunión con el presidente de la junta parroquial y habitantes de la comunidad											

Grafico No. 39.

Cuadro de actividades de la propuesta. Elaborado por los autores de esta tesis Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

6.6.2. Diseño del circuito turístico en la parroquia Abdón Calderón que permitirá el fortalecimiento y aprovechamiento de los recursos para el desarrollo del turismo en la zona.

Diseño del circuito turístico



Grafico No. 40.

Circuito turístico, parroquia Abdón Calderón. Diseñado por el Ing. en diseño gráfico Arturo Molina. Correo electrónico: [arturomolina1000@hotmail.com](mailto:arturomolina1000@hotmail.com)



6.6.3. Descripción detallada de la actividad que se desarrollará en cada localidad del circuito.

Cuadro 20

Descripción detallada de las actividades que se desarrollarán durante el circuito.

<b>Atractivo a visitar</b>	<b>Actividades a realizarse durante la visita</b>
Agua de Coco en Pimpiguasi.	Degustación del agua de coco.
Balneario La Compuerta	Observación de flora y fauna del balneario  Recorrido en bicicleta  Mirador  Descanso en hamacas  Baño en el balneario (opcional)  Degustación de comida típica (opcional)
Parque Central Abdón Calderón	Fotografías  Mirador del cementerio  Área de juegos

	Video de la parroquia observado en la biblioteca virtual.
Morcillas	Degustación de caldo de manguera, morcillas y longanizas.
Balneario El Naranjal	Fotografías  Observación de flora y fauna del balneario  Baño en el balneario (opcional)

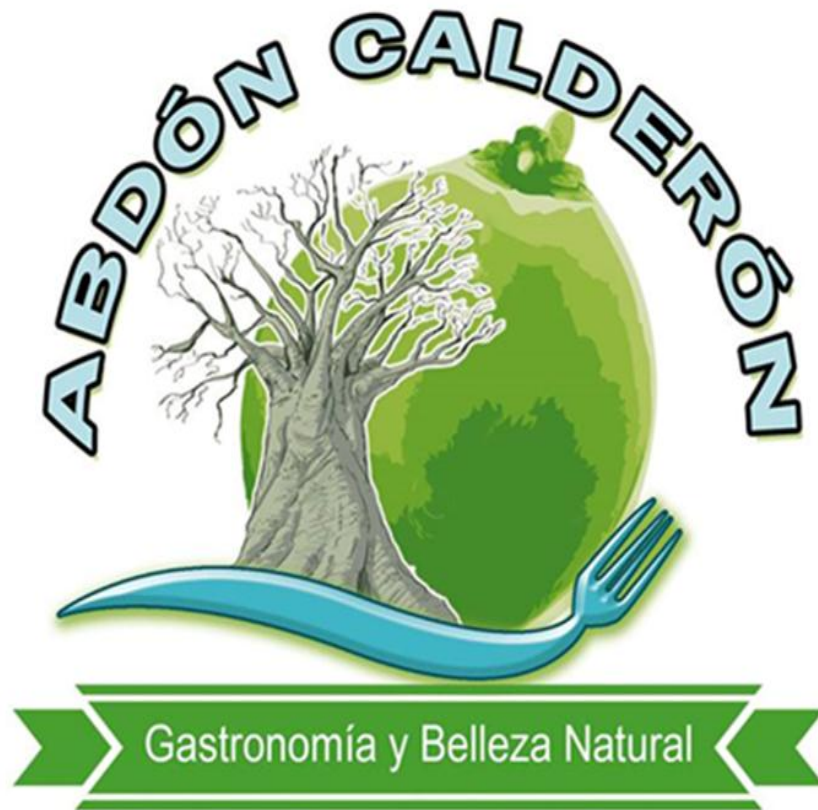
*Nota:* Elaborado por los Autores de esta Tesis Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

#### 6.6.4. Creación del logo, slogan o marca publicitaria que será utilizada en la difusión del circuito.

Justificación del logotipo y slogan.

Los autores de esta tesis, exploramos un diseño para establecer una marca turística en la parroquia Calderón se fijó que el uso de un ícono representativo es importante porque servirá para identificar lo que caracteriza o identifica a la parroquia.

Utilizamos el color verde para resaltar el paisaje y naturaleza que existe en el lugar y el celeste por sus balnearios, el slogan determinado como: Abdón Calderón, Gastronomía y Belleza natural, enfatiza a las reconocidas morcillas de la parroquia que por tradición se conocen, además se refiere a la belleza de sus balnearios y el ceibo representa la historia de la parroquia, además se resalta la abundancia del coco que existe dentro de la parroquia.



**Gráfico No. 41.**

Logo de la parroquia Abdón Calderón. Diseñado por el Ing. en diseño gráfico Arturo Molina. Correo electrónico: [arturomolina1000@hotmail.com](mailto:arturomolina1000@hotmail.com)

6.6.5. Elaboración del guión turístico que permitirá obtener de primera mano la información que el turista requiere dentro del recorrido.

Analizando la obra de Álvaro<sup>30</sup> (2004) podemos entender que:

De acuerdo al diccionario de la lengua española guión es un escrito en que breve ordenadamente se han apuntado algunas ideas o cosas con objeto de que sirva de guía para determinado fin. Sobre la base de esta premisa, se puede asegurar que el guion es una herramienta de la cual el guía se sirve para desarrollar eficientemente la exposición oral, durante su ejercicio profesional. El guion permite sintetizar la información que se ha de suministrar al cliente (turista). Es una fuente de datos que el guía se encargará de actualizar, ampliar o eliminar, de acuerdo a las necesidades o circunstancias, en forma constante. (p.59).

Elaboración del Guión turístico.

Iniciaremos el recorrido en el cantón Portoviejo, el punto de encuentro será en el terminal terrestre ubicado en la Av. del ejército.

Ya en el trayecto hasta el sitio Pimpiguasi de la Parroquia Calderón, nos detendremos y haremos la primera parada para refrescarnos con la tradicional agua de coco la cual es muy buscada por turistas locales no solo en el sitio Pimpiguasi si no en toda la parroquia.

La venta de agua y carne de coco ha estado presente hace décadas en este sitio que se caracteriza por la abundancia de la fruta tropical en el lugar.

Habrán dos opciones de recorrido, en bicicletas o en la furgoneta depende del deseo del turista, ya que contamos con una vía en excelente estado.

---

<sup>30</sup> Álvaro, G. (2004). La guía del guía. República de Ecuador: Editorial Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión.

Continuando con nuestro recorrido nos trasladaremos en bicicletas (opcional) desde este sitio, directo al Balneario la Compuerta en el sitio La Ciénega a un costado de la carretera es un balneario muy agradable tiene preciosas vistas además existe la venta de platos a la carta, podremos apreciar también la flora y fauna del lugar y tomar fotografías, para acceder a este balneario es necesario entrar por un sendero de casas pertenecientes a miembros de una misma familia, todos viven en conjunto unos cerca de otros y todo el dinero que se recauda en los días que se abre el balneario es para adecuar mejor el lugar..

Después nos transportaremos al Centro de la Parroquia donde haremos otra parada en el parque central y aquí veremos un video promocional de la parroquia y algunas de sus leyendas, el cual lo podremos apreciar en la biblioteca virtual, que está ubicada a un costado del parque.

El parque central de Abdón Calderón ha tenido muchas transformaciones en sus inicios era un parque repleto de naturaleza y árboles de gran tamaño como eran los ceibos y los matapalos pero en ese tiempo no había ningún tipo de juegos para niños, después con el paso de los años se construyó un nuevo parque dotado de juegos infantiles, áreas verdes y asientos para los visitantes, luego de haber sido ejecutada esta obra hace 4 años atrás se volvió a remodelar el parque central de la parroquia colocando la glorieta y hace pocos meses atrás se colocó el monumento a el héroe niño Abdón calderón.

Luego visitaremos la Iglesia San Francisco de Asís la cual lleva este nombre en honor al santo que a su vez es el patrono de la parroquia.

La iglesia se construyó en el año 1891, lleva en su nueva construcción aproximadamente 60 años con la misma infraestructura, hubo remodelaciones dentro de la misma hace 3 años.

Continuando con el recorrido en bicicletas unos metros más adelante degustaremos de las famosas morcillas de Calderón, las cuales fueron introducidas por los españoles hace muchos años atrás y sus ingredientes principales son: los intestinos del cerdo, la sangre, el arroz y especias vegetales como son el cilantro, col, aliño etc.

El ingenio local desarrolló un inyector manual a presión muscular también conocido como embudo manual o artesanal.

Preparación: primero se mata al cerdo, una vez muerto se limpia todo y luego se saca el entrijo, que es lo que une el estómago y el intestino, este se lo lava, luego se llena cada tripa el relleno se lo hace manual o con embudos dependiendo del tiempo disponible de las personas que lo hacen que son aproximadamente 4 a 5 personas para el relleno, luego lo ponen a hervir hasta que esté listo el caldo de manguera y luego se lo pone a refreír y está listo para servirse con plátanos fritos y ensalada, dependiendo del gusto de cada cliente. La duración de la elaboración de las morcillas es de 4 horas aproximadamente.

Antes de llegar al restaurante de Don Rigo que es como se conoce al Sr que vende las morcillas, pasamos por el GAD parroquial y al mismo tiempo por el mercado municipal de la parroquia que funciona en la planta baja del Gobierno Autónomo Descentralizado de Abdón Calderón, donde se expenden todos tipos de carnes y alimentos además en los días

de feria vienen personas de otras localidades para hacer las respectivas compras por la calidad y frescura de los productos que aquí se expenden.

Después conoceremos el Balneario el Naranjal el cual es un lugar muy agradable y tranquilo y es muy concurrido por turistas, es opcional si los turistas desean disfrutar del agua cristalina que caracteriza a este balneario. Además de la cascada natural que se ha formado por la presencia de rocas en sus aguas que es muy acogedora.

Aquí también podrán hacer uso de fotografías en el lugar.

Después de visitar tan agradable lugar al lugar, dejaremos a un lado las bicicletas y subiremos a la furgoneta para trasladarnos nuevamente al punto de partida que es la ciudad de Portoviejo.

6.6.6. Realizar el itinerario del recorrido a efectuar para la correcta interpretación de los visitantes.

#### Itinerario del circuito turístico.

El punto de encuentro será el terminal terrestre.

10:00 Salida del terminal terrestre de la ciudad de Portoviejo

10:20 Parada en Pimpiguasi

Degustación de agua de coco

11:00 Balneario la Compuerta

Observación de flora y fauna del balneario

Recorrido en bicicleta

- Mirador
- Descanso en hamacas
- Baño en el balneario (opcional)
- Degustación de bocados típicos
- 11:45 Parque Central Abdón Calderón
  - Fotografías
  - Mirador del cementerio
  - Área de juegos
  - Video de la parroquia observado en la biblioteca virtual.
- 13:30 Morcillas
  - Degustación de caldo de manguera, morcillas y longanizas
- 14:30 Balneario El Naranjal
  - Fotografías
  - Observación de flora y fauna del balneario
  - Baño en el balneario (opcional)
  - Disfrute de áreas verdes y piscina
  - Fotografía
- 16:00 Retorno al punto de partida la ciudad de Portoviejo.



6.6.7. Costo del Circuito Turístico.

Cuadro 21

Costo del Circuito Turístico.

<b>Actividades</b>	<b>Costo individual</b>
Degustación del agua de coco	\$1.00
Degustación de bocados típicos en balneario la compuerta (maduros con queso, enrollados de manjar)	\$2.50
Degustación de caldo de manguera, morcillas y longanizas.	\$8.00
Guía turístico	\$1.00
Transporte	\$2.00
Material promocional (postales y trípticos)	\$3.00
Total	\$15.00

*Nota:* Elaborado por los autores de esta tesis: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

6.6.8. Socialización de la propuesta para dar conocimiento a la comunidad de la investigación.

Cuadro 22

Acta de socialización de la propuesta para dar conocimiento a la comunidad de la investigación.

MEMORIA DE REUNIONES DE EQUIPO DE INVESTIGACIÓN	
FECHA: 20 de junio del 2015	LUGAR: Gobierno Autónomo Descentralizado de Abdón Calderón
TEMAS TRATADOS:  Recurso financiero  Gestión y colaboración de proyectos.	
ACUERDOS ALCANZADOS:  El Gobierno Autónomo Descentralizado de Abdón Calderón, se compromete a gestionar proyectos de índole turísticos y ambientales.  Se apoyarán y negociarán proyectos sustentables para el desarrollo de la parroquia Abdón Calderón.  Una vez ejecutado el circuito turístico se gestionaran puntualmente las actividades que abarca el mismo, se trabajará articuladamente.  El municipio de Portoviejo cuenta con un presupuesto para apoyar proyectos sustentables, los cuales se trabajarían asociadamente con el dueño de la propuesta.	

*Nota:* Elaborado por los autores de esta tesis: Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

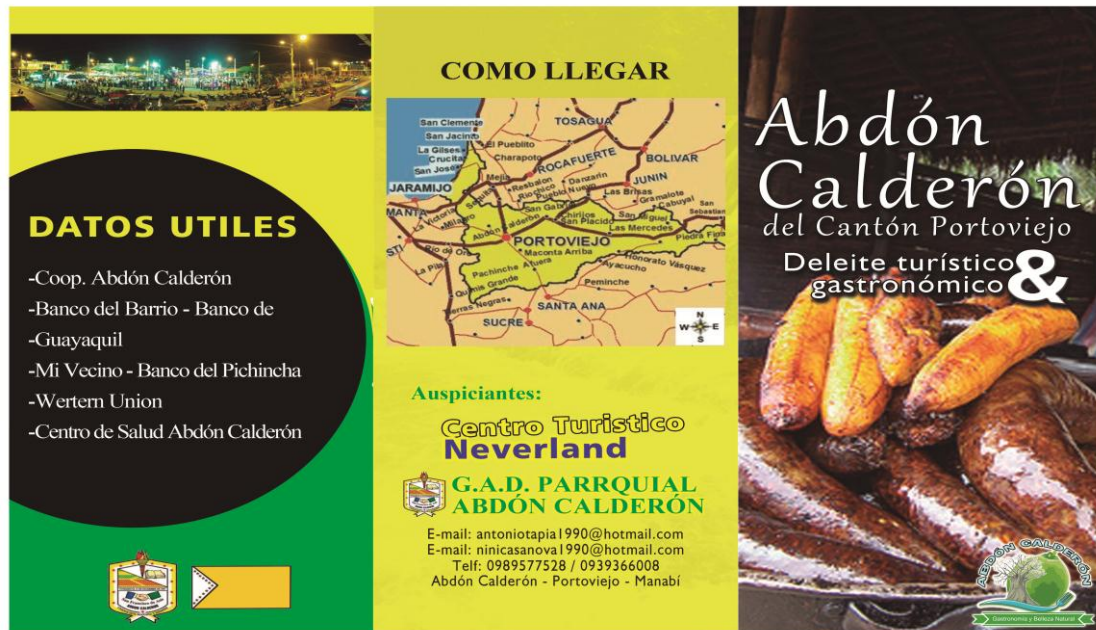


**Gráfico No. 42.**

Reunión con el presidente de la junta parroquial y la comunidad.

6.6.9. Diseño del material de promoción turística.

6.6.10. Diseño de trípticos informativos.



**Grafico No. 43.**

Tríptico de la parroquia Abdón Calderón, parte 1, Diseñado por el Ing. en diseño gráfico Arturo Molina.  
 Correo electrónico: [arturomolina1000@hotmail.com](mailto:arturomolina1000@hotmail.com)

## Abdón Calderón

La parroquia Abdón Calderón está ubicada al sur central a 15 minutos del Cantón Portoviejo, limita:  
**NORTE:** Las parroquias Pueblo Nuevo y Río Chico del Cantón Portoviejo  
**SUR:** La Parroquia Ayacucho del Cantón Santa Ana  
**ESTE:** Las Parroquias Alajuela y Chirijos del Cantón Portoviejo  
**OESTE:** Zona Urbana del Cantón Portoviejo



Monumento a el héroe niño Abdón Calderón, este fue levantado en el año 2015 por el alcalde Agustín Casanova y la gestión del G.A.D Parroquial.



### BALNEARIO LA COMPUERTA

Ubicada en la comunidad La Ciénega; atención los fines de semana y feriados, contamos con: balneario de agua dulce, pista de baile, garaje, servicio de salva vida, servicio de bar, canchas deportivas y los deliciosos platos de nuestra gastronomía. Ideal para disfrutar en armonía con la naturaleza, en Familia o con amigos.



### BALNEARIO "NARANJAL"

Ubicada en la comunidad Naranjal; atención los fines de semana y feriados, cuenta con: balneario de agua dulce, pista de baile, garaje, servicio de bar, canchas deportivas y los deliciosos platos de nuestra gastronomía. Ideal para disfrutar en armonía con la naturaleza, en Familia o con amigos



**ALOJAMIENTO**  
**Centro Turístico Neverland**  
En el sector del Hospedaje, Calderón está dándose a conocer a través del centro turístico NEVERLAND, que además de brindar sus servicios como tal, también ofrece el servicio de Hospedaje en un ambiente, sano y acogedor, para disfrutar de la tranquilidad de nuestra parroquia.

## GASTRONOMÍA

Entre los principales platos de nuestra gastronomía se destacan: La Morcilla, El Encebollado, El seco y caldo de gallina criolla y una serie de platos que solo lo puedes degustar en esta hermosa tierra.

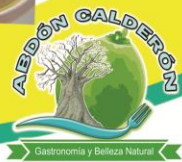


Grafico No. 44

Tríptico de la parroquia Abdón Calderón, parte 2, Diseñado por el Ing. en diseño gráfico Arturo Molina.  
Correo electrónico: [arturomolina1000@hotmail.com](mailto:arturomolina1000@hotmail.com)



6.6.11. Diseño de postales de la parroquia.



**Grafico No. 45.**

Postal la compuerta, Diseñado por el Ing. en diseño gráfico Arturo Molina. Correo electrónico: [arturomolina1000@hotmail.com](mailto:arturomolina1000@hotmail.com)



**Grafico No. 46.**

Postal plato típico la Morcilla, Diseñado por el Ing. en diseño gráfico Arturo Molina. Correo electrónico: [arturomolina1000@hotmail.com](mailto:arturomolina1000@hotmail.com)



**Grafico No. 47.**

Postal parque 1, Diseñado por el Ing. en diseño gráfico Arturo Molina. Correo electrónico: [arturomolina1000@hotmail.com](mailto:arturomolina1000@hotmail.com)



**Grafico No. 48.**

Postal parque 2, Diseñado por el Ing. en diseño gráfico Arturo Molina. Correo electrónico: [arturomolina1000@hotmail.com](mailto:arturomolina1000@hotmail.com)



**Grafico No. 49.**

Postal rancho Bonanza, Diseñado por el Ing. en diseño gráfico Arturo Molina. Correo electrónico: [arturomolina1000@hotmail.com](mailto:arturomolina1000@hotmail.com)



**Grafico No. 50.**

Postal Balneario el naranjal, Diseñado por el Ing. en diseño gráfico Arturo Molina. Correo electrónico: [arturomolina1000@hotmail.com](mailto:arturomolina1000@hotmail.com)

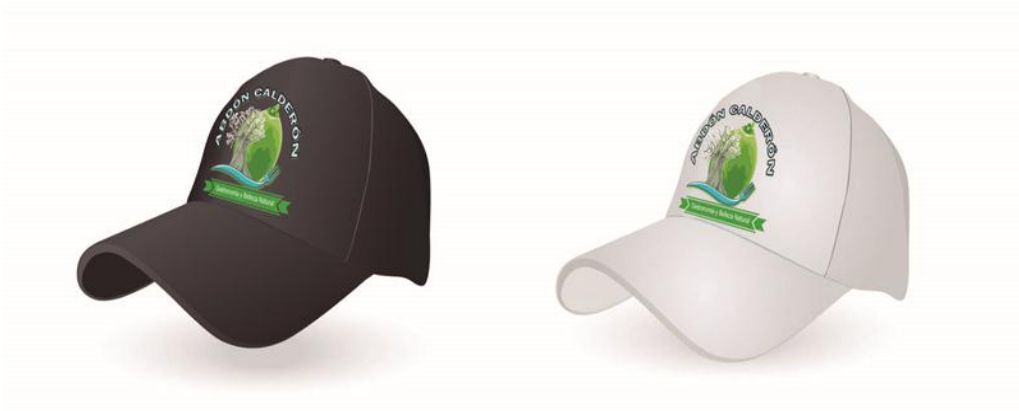
### 6.6.12. Diseño de Camisetas.



**Grafico No. 51.**

Diseño de camisetas promocionales, Diseñado por el Ing. en diseño gráfico Arturo Molina. Correo electrónico: [artuomolina1000@hotmail.com](mailto:artuomolina1000@hotmail.com)

### 6.6.13. Diseño de Gorras.



**Grafico No. 52.**

Diseño de gorras promocionales, Diseñado por el Ing. en diseño gráfico Arturo Molina. Correo electrónico: [artuomolina1000@hotmail.com](mailto:artuomolina1000@hotmail.com)



#### 6.6.14. Diseño de Tomatodos.



**Grafico No. 53.**

Diseño de Tomatodos promocionales, Diseñado por el Ing. en diseño gráfico Arturo Molina. Correo electrónico: [arturomolina1000@hotmail.com](mailto:arturomolina1000@hotmail.com)

### **6.7. Recursos.**

#### 6.7.1. Recursos Humanos.

Turistas de la comunidad

Habitantes de la comunidad

Gobierno Parroquial de Abdón Calderón

Personal profesional (Diseñador gráfico, ingeniero de ecoturismo).

Director de Turismo

Dueños de establecimientos turísticos

#### 6.7.2. Recursos técnicos.

Software para el diseño

Equipo multimedia

#### 6.7.3. Recursos materiales.

Cámara Fotográfica

Fichas para inventario de atractivos turísticos

Encuestas a turistas y habitantes

Entrevistas a director de turismo, presidente de la junta parroquial Abdón calderón y docente de la carrera de marketing.

Esferos

Computadora

Impresora

#### 6.7.4. Recursos financieros.

Ministerio de turismo

GAD parroquia Abdón Calderón

## 6.8. Presupuesto de la Propuesta.

Cuadro 23

<b>Rubros</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>	<b>Financiamiento G.A.D Parroquial</b>
Elaborar un logo que represente la parroquia	1	40	40	40
Creación de un slogan característico de la parroquia.	1	20	20	20
Diseño de camisetas promocionales de la parroquia.	600	10	6.000	6.000
Diseño de gorras promocionales	600	7	4.200	4.200
Diseño de Tomatodos promocionales	1.000	5	5.000	5.000
Diseño de trípticos informativos	2.000	1	2.000	2.000
Postales	2.000	1	2.000	2.000
Gigantografía del logo y slogan	10	600	6.000	6.000
Diseño gráfico del recorrido del circuito turístico	1	50	50	50
Socialización de la propuesta con la comunidad	1	50	50	50
Diseñador gráfico	1	100	100	100
<b>Total de la propuesta 25.460\$</b> <b>son: veinticinco mil cuatrocientos sesenta dólares americanos.</b>				

*Nota:* Elaborado por los autores de esta tesis Ninoska Casanova y Carlos Tapia.

## **6.9. Impacto**

Aspecto económico: El impacto que se creará con la puesta en marcha de esta propuesta será positivo porque la parroquia recibirá ingresos económicos mejorando su economía.

Aspecto social: se beneficiaran de manera directa los habitantes de la parroquia, elevando su nivel de vida como lo plantea el Plan Nacional del Buen Vivir consagrado en la Constitución de la República del Ecuador.

Aspecto turístico: Los habitantes de la parroquia podrán desarrollar el turismo vivencial o rural, ya que con la elaboración de esta propuesta obtendrán información sobre los atractivos de la parroquia.

Aspecto ambiental: tendremos un impacto positivo ya que los habitantes se encargarán del cuidado de los recursos naturales que posee el sector para que perduren y se consiga seguir haciendo el recorrido del circuito turístico. Por lo tanto los atractivos tendrán un menor impacto que permitirá conservarlos y esto trae consigo que más turistas se interesen en visitar la parroquia.

Aspecto académico: se obtendrá un aspecto positivo porque este trabajo ha reforzado los conocimientos científicos, teóricos y prácticos obtenidos en la formación académica de la carrera ecoturismo y de la universidad San Gregorio en general, siendo un trabajo oportuno para las generaciones presentes y futuras.

## **6.10. Estrategias de sostenibilidad**

Para desarrollar en la parroquia Abdón Calderón del Cantón Portoviejo una actividad turística sostenible se debe considerar el manejo responsable de sus recursos y el sustento económico de sus emprendedores, así tenemos los siguientes puntos:

Involucramiento de la comunidad, esta acción es esencial para que el proyecto responda a las expectativas reales de los receptores.

Se les dará indicaciones a los turistas que elijan hacer el recorrido, estas contendrán normas de seguridad y cuidado del entorno.

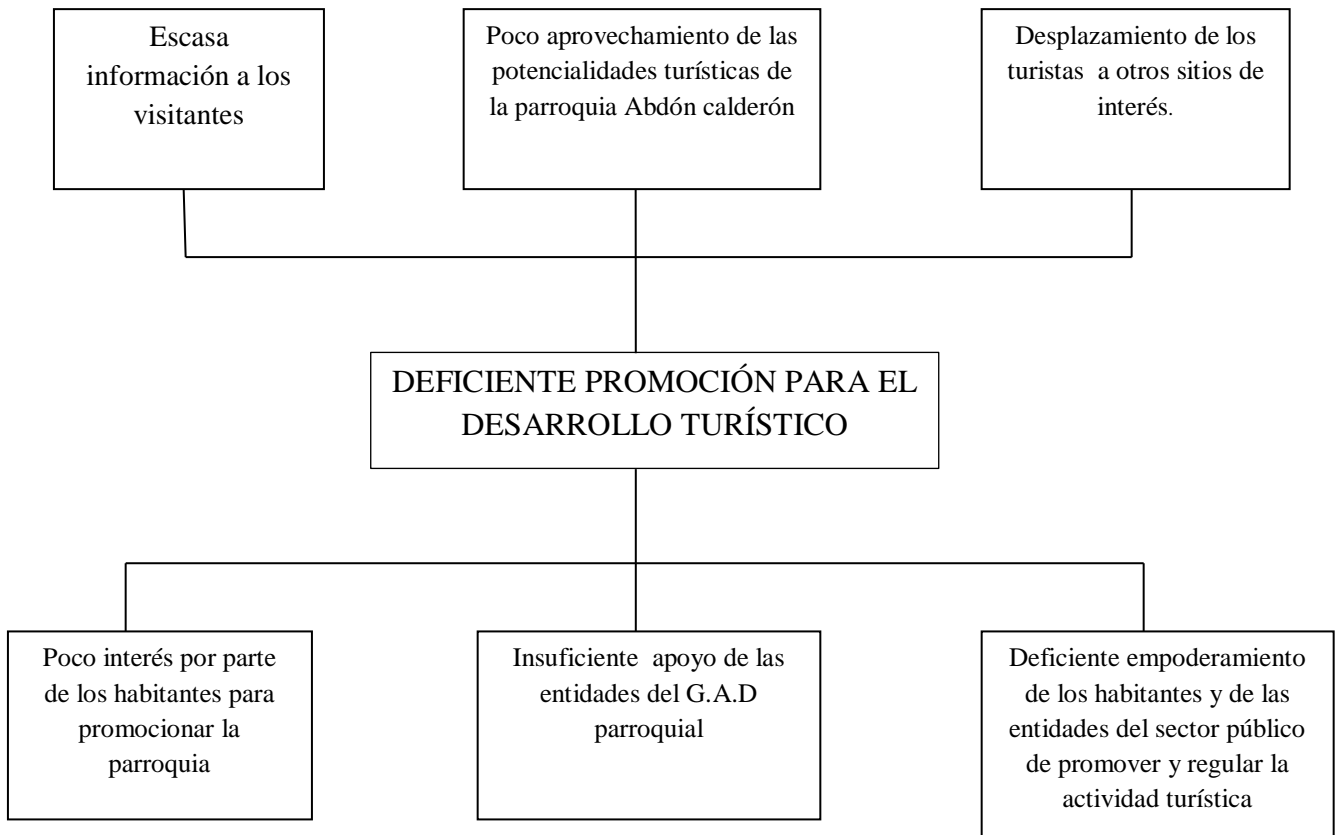
Se implantarán campañas ambientales, amigables con el ambiente, en todos los sitios de interés que comprende el circuito turístico.

El gobierno autónomo descentralizado Abdón Calderón dispone de los recursos suficientes para financiar costos de mantenimiento de las actividades y salarios del personal que trabajará dentro del circuito turístico.

# ANEXOS

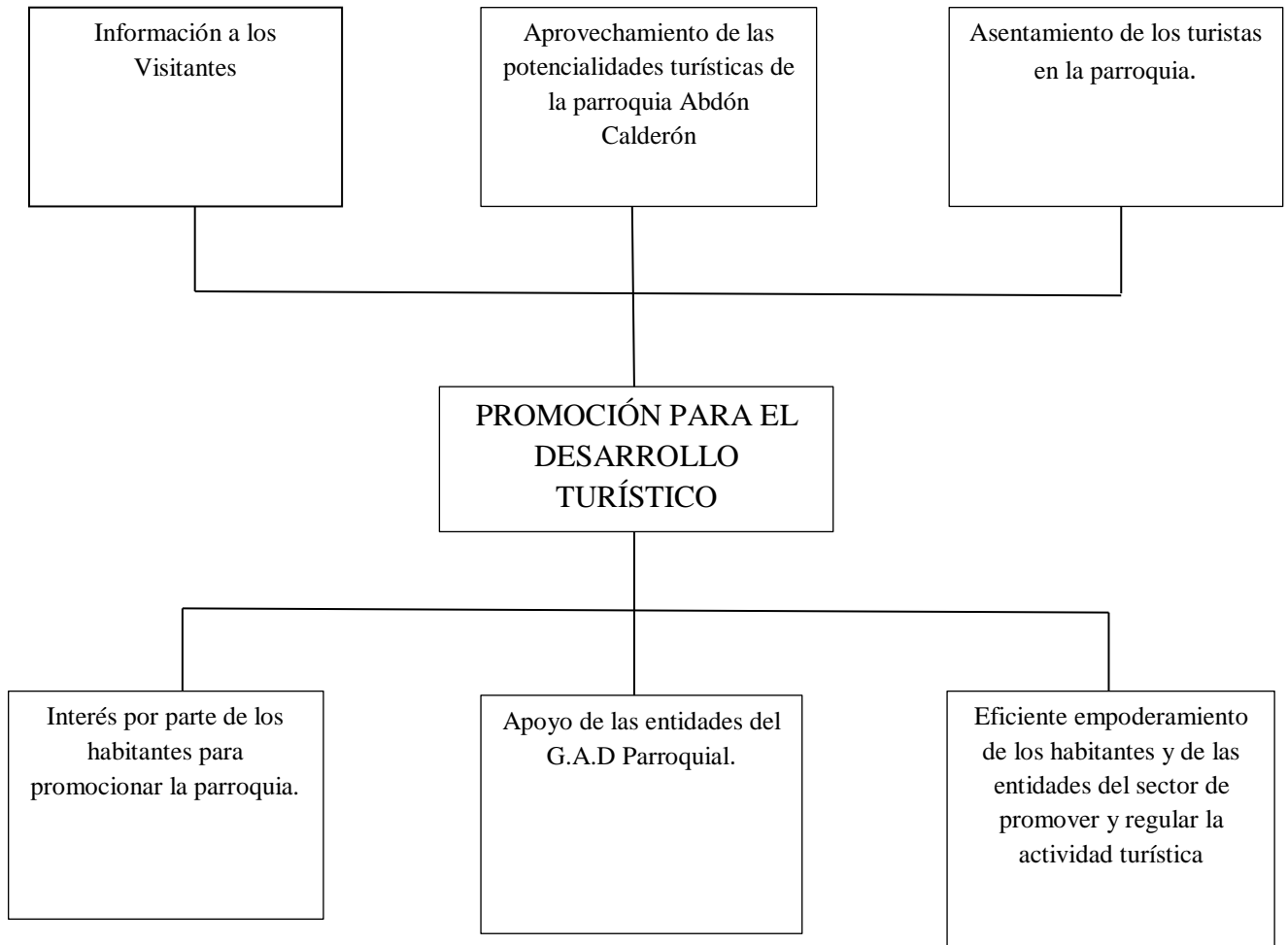
## Anexo 1

Árbol del problema



## Anexo 2

### Árbol De Objetivos



## Anexo 3

### Formato de encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Abdón Calderón



Universidad San Gregorio de Portoviejo

Carrera: Ingeniería En Ecoturismo

Formato de Encuesta

Dirigida a los habitantes de la parroquia Abdón Calderón.

Objetivo: Determinar la promoción como apoyo para el desarrollo turístico de la parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - provincia de Manabí - República del Ecuador.

1) ¿Cree Ud. que los atractivos de la parroquia Abdón Calderón son suficientes para que esta progrese turísticamente?

a) Si

b) No

2) ¿Cuál es su opinión acerca del servicio que brindan las microempresas turísticas de la parroquia en mención?

Bueno

Regular

Malo

3) ¿Existe la presencia de turistas en la parroquia gracias a sus atractivos turísticos?

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

4) ¿Cree Ud. que se ha incrementado el servicio de restaurantes con la afluencia de turistas en la parroquia Calderón?

a) Si

b) No



## Anexo 4

### Formato de encuesta dirigida a los turistas de la parroquia Abdón Calderón



Universidad San Gregorio de Portoviejo

Carrera: Ingeniería En Ecoturismo

Formato de Encuesta

Dirigida a los turistas de la parroquia Abdón Calderón

Objetivo: Determinar la promoción como apoyo para el desarrollo turístico de la parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - provincia de Manabí - República del Ecuador.

Por favor conteste colocando una X en el casillero que considere correcto.

1) ¿Conoce usted los atractivos naturales de la parroquia Abdón Calderón?

a) Si

b) No

2) ¿Cree Usted que las potencialidades turísticas ayudan para la promoción de la parroquia?

a) Si

b) No

3) ¿Ud. visita la parroquia por disfrutar de?

a) gastronomía

b) Balnearios

c) Centros de recreación turística

4) ¿Cree Ud. q la parroquia en mención podrá desarrollarse al promocionar sus atractivos naturales y culturales?

a) Si

b) No

## Anexo 5

### Formato de entrevista dirigida al presidente de la junta parroquial



Universidad San Gregorio de Portoviejo

Carrera: Ingeniería En Ecoturismo

Formato de entrevista

Dirigida a presidente de la Junta Parroquial

Objetivo: Determinar la promoción como apoyo para el desarrollo turístico de la parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - provincia de Manabí - República del Ecuador.

Fecha:

Nombre de la persona responsable/ Cargo que ocupa:

- 1) ¿Cree Ud. que la parroquia tiene una buena promoción en cuanto a sus atractivos turísticos?
- 2) ¿Cómo colaboraría Ud. para que la parroquia crezca en el ámbito turístico y gastronómico?
- 3) ¿Cómo se establece la relación con las empresas públicas y privadas para el Desarrollo Sostenible del sector turístico en la parroquia?
- 4) ¿Cree Ud. que mediante un plan de promoción turística de la zona, gozará la parroquia de Estabilidad laboral?

## Anexo 6

### Formato de entrevista dirigida al director de turismo del G.A.D Portoviejo.



Universidad San Gregorio de Portoviejo

Carrera: Ingeniería En Ecoturismo

Formato de Entrevista

Dirigida al director de Turismo del G.A.D Portoviejo.

Objetivo: Determinar la promoción como apoyo para el desarrollo turístico de la parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - provincia de Manabí - República del Ecuador.

Fecha:

Nombre de la persona responsable/ Cargo que ocupa:

- 1) ¿Cree Ud. que la parroquia Abdón Calderón - cantón Portoviejo - provincia de Manabí - República del Ecuador cuenta con una planta turística aceptable?
- 2) ¿Por qué cree Ud. que todos los propietarios de establecimientos turísticos de la parroquia Abdón Calderón no se legalizan adecuadamente?
- 3) ¿Qué proyectos tiene en futuro en la ruta del encanto?
- 4) ¿Por qué cree Ud. que la parroquia Abdón Calderón solo tiene inventariado un atractivo

## **Anexo 7**

### **Formato de entrevista dirigida a un docente de la carrera de marketing de la U.S.G.P.**



Universidad San Gregorio de Portoviejo

Carrera: Ingeniería en Ecoturismo

Formato de Entrevista

Dirigida a un Docente de la carrera de Marketing.

Objetivo: Determinar la promoción como apoyo para el desarrollo turístico de la parroquia Abdón Calderón - Cantón Portoviejo - Provincia de Manabí - República del Ecuador.

Fecha:

Nombre de la persona responsable/ Cargo que ocupa:

- 1) ¿Como docente de la carrera de Marketing de la U.S.G.P, cuál cree ud que son las estrategias de promoción que permitirán fortalecer el desarrollo turístico de una Parroquia rural?
- 2) Dentro de su experiencia en la rama ¿Cuál considera Ud. es el mejor mercado a ofertar turísticamente?
- 3) Conoce acerca de la problemática de las parroquias rurales para desarrollarse turísticamente.
- 4) Que acciones recomendaría para la solución de esta problemática

## Anexo 8

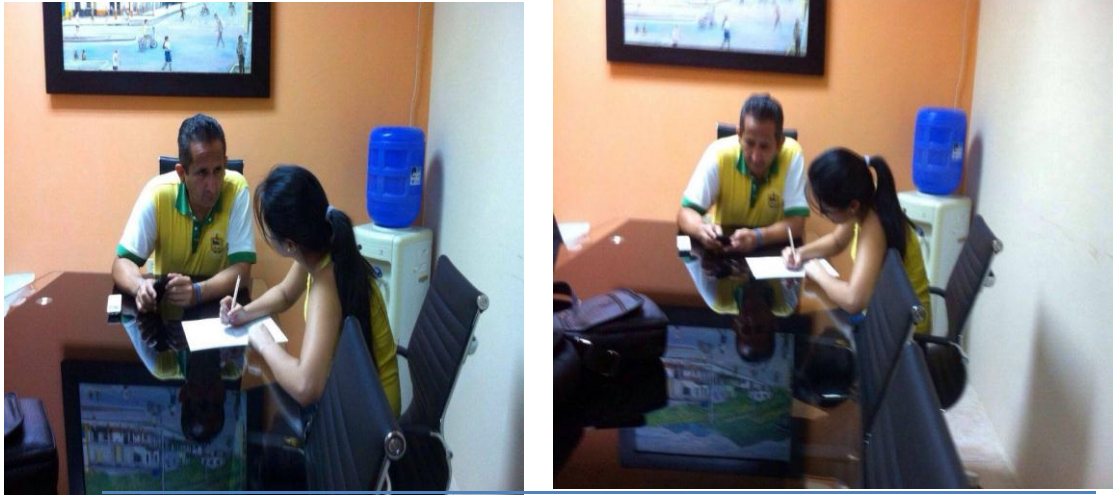
### Entrevistas



Entrevista realizada al docente de marketing Berni Jácome.



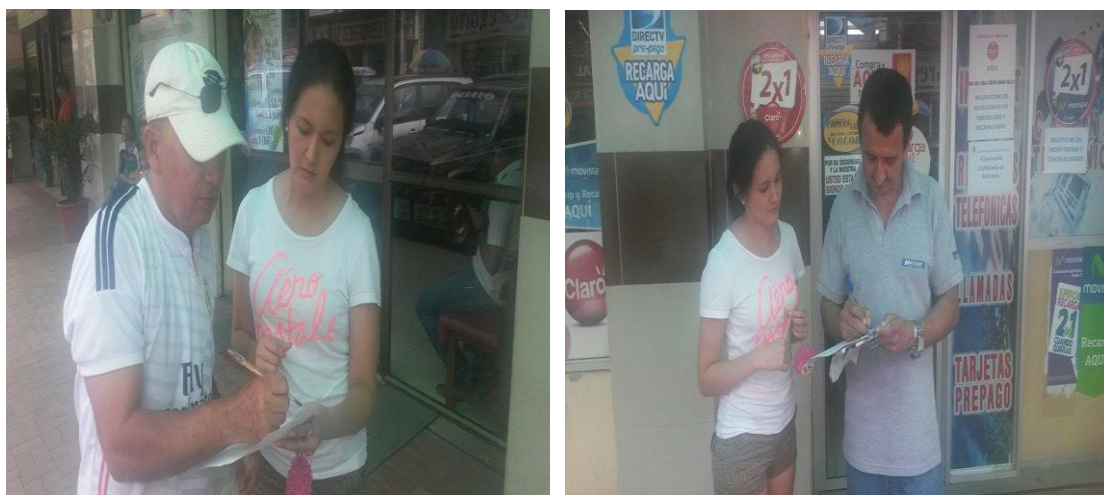
Entrevista realizada al director de turismo del G.A.D Portoviejo, Raúl Zavala.



Entrevista realizada al presidente de la junta parroquial, Juan Farías.

## Anexo 9

### Encuestas a los habitantes y turistas de la parroquia Abdón Calderón



Fotografías realizadas por los autores de esta tesis Ninoska Casanova y Carlos Tapia.



Fotografías realizadas por los autores de esta tesis Ninoska Casanova y Carlos Tapia.





Fotografías realizadas por los autores de esta tesis Ninoska Casanova y Carlos Tapia.



## Bibliografía

Abellán, F. (Ed.). (2008). Turismo rural y desarrollo local, nuevos enfoques del desarrollo local: la buena gestión del turismo rural. (Vol. 79). Univ. De Castilla La Mancha.

Álvaro, G. (2004). La guía del guía. República de Ecuador: Editorial Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión

Álvaro, G. (2010). La Guía del Guía. Manta, Republica del Ecuador: MAR ABIERTO.

Bermúdez, R. A. F. (1999). Cómo hacer publicidad: un enfoque teórico-práctico. Pearson Educación. [En línea]. Consultado: [21, diciembre, 2014] Disponible en:

<http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=QcSWHJEo0YAC&oi=fnd&pg=PA13&dq=+publicidad+concepto&ots=sPRDAE-Osl&sig=sakYP3dwn4Lp7hTsoMPSmVK-UPI#v=onepage&q=publicidad%20concepto&f=false>

Castillo, D. P. (1999). La comunicación en la educación. La Crujía. [En línea]. Consultado [13, marzo, 2015] Disponible en:

<http://www.terras.edu.ar/aula/tecnicatura/3/biblio/3Prieto-Castillo-Daniel-Comunicacion.pdf>

Conde, E. (2013). La gestión de marketing y la orientación al mercado en hoteles. Andalucía, Reino de España: Editorial Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.

Curiel, J. (2008). Turismo cultural y medio ambiente en destinos urbanos; Ciencias jurídicas y sociales. Reino de España: Universidad Rey Juan Carlos, Editorial Dykinson.

G.A.D Parroquial Rural de Abdón Calderón. (2014-2019). [En línea]. Consultado: [20, febrero, 2015] Disponible en:

<http://gadabdoncalderon.gob.ec/manabi/?p=122>

García, C. (2009). El éxito restaurantero. México: Trillas.

Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural Abdón Calderón. (2009-2014). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Abdón Calderón. Cantón Portoviejo, Provincia de Manabí.

Goicochea, P., Obrenovich, L., Saravia, M., & Solís, J. (2014). Información para el desarrollo comunitario. [En línea]. Consultado: [21, diciembre, 2014] Disponible en:

[http://scholar.google.es/scholar?q=informacion+para+el+desarrollo+comunitario%2C+obrenovich%2C+saravia+solis&btnG=&hl=es&as\\_sdt=0%2C5-](http://scholar.google.es/scholar?q=informacion+para+el+desarrollo+comunitario%2C+obrenovich%2C+saravia+solis&btnG=&hl=es&as_sdt=0%2C5-)

González, M. & Prieto, M. (2009). Manual de publicidad. [En línea]. Consultado: [27, noviembre, 2013] Disponible en: [http://books.google.com.ec/books?id=BIImr23cWZIQc&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=BIImr23cWZIQc&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Gosso, F. (2008). Híper Satisfacción del cliente. México, D.F: Panorama Editorial, S.A.

Iglesias, J. Talón P y García, R. (2008) Comercialización de Productos y Servicios turísticos. Vallehermoso, Madrid.

López, G. (2013). Investigación de la realidad del turismo rural del cantón Mera, provincia de Pastaza, para el diseño de un producto turístico. Tesis de grado publicado, Universidad Estatal Amazónica, Ecuador, Pastaza.

Martínez, R. (2011). Turismo Espiritual una alternativa de desarrollo para las poblaciones. [En línea]. Consultado: [1, noviembre, 2013] Disponible en: [http://books.google.com.ec/books?id=AvKlu3l0ftsC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=AvKlu3l0ftsC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Manera C, (2008), Historias Económicas del turismo de masa en España, Madrid, España

Ministerio de Turismo de la República del Ecuador. 2004. Metodología para inventarios de atractivos turísticos. Quito, República del Ecuador.

Ministerio de turismo Ecuador. (2007). PLANDETUR 2020. [En línea]. Consultado: [01, junio, 2014] Disponible en:

<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Ministerio de turismo Ecuador. (2010). Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador. [En línea]. Consultado: [20, julio, 2015] Disponible en:

[http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE\\_2014.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf)

Parra, E. Calero, F. (2006) Gestión y Dirección de Empresas Turísticas. Aravaca, Madrid.

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia Abdón Calderón. (2009-2014).

Puertas, X. (2007) Gestión del ocio en el ámbito turístico. Vallehermoso, Madrid.

Quesada, R. 2009. Elementos del turismo. Concepto de Circuito turístico. Editorial Universidad a Distancia San José, Costa Rica. Primera Edición.

Ramírez, C. (2006) Marketing turístico. México, Trillas.

Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P., & Del Campo, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural, 6, 3.

Sancho, A., & Buhalis, D. (1998). Introducción al turismo. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Torrejón, A. (2012). Diccionario turístico abreviado [En línea]. Consultado: [01, junio, 2014] Disponible en:

<http://www.cienaniosdeturismo.gov.ar/pagina.asp?IdSeccion=19>

Vaca, M. 2010. Circuito Turístico Guayaquil – Salinas – Puerto Cayo. Tesis Facultad de Ingeniería Marítima, licenciatura en Turismo, Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador.