

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Análisis de la oferta turística perteneciente al cantón Chone, Manabí

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Licenciatura en Turismo

Presentado por:

Carolina Solís Yagual

Josselyn Zambrano Bravo

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2021

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a mi familia, sobre todo a mis padres quienes han sido una gran fuente de apoyo a lo largo de estos 4 años de carrera; y a mi perrito, mi compañero de estudio durante aquellas semanas de evaluaciones.

– Carolina Solís

DEDICATORIA

Quiero dedicar el presente proyecto a mis padres y a mi hermana por ser los pilares constantes de mi vida, apoyándome en cada decisión que tome.

De igual manera, le dedico este trabajo a las estrellas que han iluminado cada uno de mis días desde su llegada, One Direction, 5SOS y Taylor Swift, gracias por siempre acompañarme con sus voces.

– Josselyn Zambrano

AGRADECIMIENTOS

Agradezco inmensamente a mis padres, quienes respetaron y apoyaron mi decisión en seguir la carrera.

A mis amigos cercanos de la universidad que estuvieron a mi lado, motivándome a no rendirme y siempre mantener una actitud positiva.

A mis profesores de carrera pues gracias a ellos he aprendido lo necesario para desempeñarme en el ámbito laboral.

Y especialmente a Dios, quién me dio las fuerzas y la capacidad de superar todos los desafíos encontrados en este trayecto.

– Carolina Solís

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a mi familia por estar siempre a mi lado, nada de esto sería posible sin su apoyo.

A mis amigos (Caro, Gene, Nico, Vale, Alex) por tenerme paciencia durante todo este tiempo de conocernos, espero que la tengan muchos años más.

A mis profesores, porque han sido ellos quienes me han guiado durante este recorrido, y no pude haber pedido mejores guías.

A la Oficina FCSH (Miss Ivonne, Miss Olga, Ángeles) por todos los cafés y margaritas que tomamos, y por los que aún nos faltan por tomar.

Y por supuesto a Cami, Lizzie y Alba, por llorarle conmigo en estos últimos meses al cast de JATP, 1D, 5SOS, a este proyecto y a nuestra vida soñada de Wattpad.

– Josselyn Zambrano

DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Carolina Solís y Josselyn Zambrano* y damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"



Carolina Solís



Josselyn Zambrano

EVALUADORES



Msc. Ivonne Martin Moreno

PROFESOR DE LA MATERIA



Msc. Numa Calle Lituma

PROFESOR TUTOR

RESUMEN

El cantón Chone se encuentra ubicado en la provincia de Manabí. A pesar de ser el cantón más grande de la zona, no es considerado el más turístico. La presente investigación busca analizar la oferta turística de Chone que permita el registro de información relacionada a los atractivos y establecimientos turísticos que contribuyan con el desarrollo de un prototipo de promoción digital. El cantón, depende principalmente del sector agrícola y ganadero, por lo cual, su economía es afectada por factores externos como el clima, precios del mercado, etc. Debido a esto se está buscando generar una fuente adicional de ingresos, y se ha considerado al turismo como la mejor opción.

Se examinaron los 3 componentes principales de la oferta: los recursos turísticos, prestadores de servicios y actividades turísticas. Las herramientas usadas fueron: matriz de vocación turística, los índices de potencialidad y concentración turística.

La metodología aplicada permitió identificar que las parroquias San Antonio y Santa Rita poseían una mediana vocación turística; la potencialidad turística de Chone reflejó un 2,68%; además, el GAD de Chone fue uno de los actores involucrados con mayor importancia; y el mercado turístico del cantón estuvo mayormente conformado por establecimientos de restauración.

En base a los resultados se concluye que Chone no se encuentra apto en su totalidad para el desarrollo de la actividad turística; el número de prestadores de servicios es mayor que el contabilizado en el catastro turístico; y únicamente 3 de 10 atractivos cumplen con los requerimientos para ser considerados como tal.

Palabras Clave: Oferta turística, potencialidad turística, vocación turística, Chone.

ABSTRACT

Chone is located in the province of Manabí. Despite being the largest canton in the area, it is not considered the most touristic. This research seeks to analyze Chone's tourist offer that allows the registration of information related to attractions and tourist establishments that contribute to the development of a prototype digital promotion. The canton depends mainly on the agricultural and livestock sector, so its economy is affected by external factors such as climate, market prices, etc. Because of this we are looking to generate an additional source of income, and tourism has been considered as the best option.

The 3 main components of the tourist offer were examined: tourism resources, service providers and tourism activities. The tools used were matrix of tourist vocation, indexes of potentiality and tourist concentration.

The methodology applied allowed to identify that the parishes San Antonio and Santa Rita had a medium tourist vocation; Chone's tourism potential reflected 2.68%; In addition, Chone's GAD was one of the most important actors involved; and the canton's tourist market consisted mostly of catering establishments.

Based on the results it is concluded that Chone is not fully suitable for the development of tourist activity; the number of service providers is greater than that accounted for the Ministry of Tourism; and only 3 out of 10 attractions meet the requirements to be considered as such.

Keywords: *Tourist offer, tourist potentiality, tourist vocation, Chone.*

ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES.....	7
RESUMEN.....	I
<i>ABSTRACT</i>	II
ÍNDICE GENERAL.....	III
ABREVIATURAS	V
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VI
ÍNDICE DE TABLAS	VII
CAPÍTULO 1	1
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Descripción del problema	2
1.2 Justificación del problema.....	2
1.3 Objetivos.....	3
1.3.1 Objetivo General	3
1.3.2 Objetivos Específicos	3
1.4 Marco teórico	4
1.4.1 Sistema Turístico.....	4
1.4.2 Oferta turística.....	8
CAPÍTULO 2.....	15
2. Metodología	15
2.1. Índice de potencialidad turística.....	15
2.1.1. Factor Recurso.....	16
2.1.2. Factor accesibilidad.....	17
2.1.3. Factor equipamiento turístico	18
2.2. Vocación del territorio	18
2.3. Índice de concentración turística	23

2.4.	Matrices	24
2.4.1.	Matriz de involucrados	24
2.4.2.	Matriz de ideas relevantes	27
2.5.	Prototipo	28
2.6.	Entrevistas Semi-estructuradas	28
CAPÍTULO 3.....		29
3.	RESULTADOS Y ANÁLISIS	29
3.1.	Índice de potencialidad turística.....	29
3.2.	Vocación turística	31
3.3.	Índice de concentración turística	33
3.4.	Matriz de involucrados	34
3.5.	Matriz de ideas relevantes	36
3.6.	Prototipo	36
3.7.	Validación de prototipo	38
CAPÍTULO 4.....		40
4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	40
BIBLIOGRAFÍA.....		42
ANEXOS.....		46

ABREVIATURAS

ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
OMT	Organización mundial del turismo
MINTUR	Ministerio de Turismo
OEA	Organización de los Estados Americanos
GAD	Gobierno Autónomo Descentralizado

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1.1: Sistema Turístico propuesto por Neil Leiper (1979)	5
Gráfico 1.2: Sistema Turístico propuesto por Roberto Boullón (2006)	6
Gráfico 1.3: Sistema Turístico propuesto por Sergio Molina (2000).....	7
Gráfico 2.1: Matriz de Vocación Turística	23
Gráfico 2.2: Matriz de stakeholders	24
Gráfico 3.1: Vocación Turística de Chone	33
Gráfico 3.2: Índice de concentración turística de Chone.....	34
Gráfico 3.3: Relación de los actores con los atributos	35
Gráfico 3.4: Prototipo Revista Digital	37

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1: Clasificación de la oferta turística	8
Tabla 1.2: Clasificación de los atractivos según la OEA	10
Tabla 2.1: Puntuación para cálculo de la jerarquía primaria	16
Tabla 2.2: Factores y criterios de la variable aptitud territorial	19
Tabla 2.3: Factores y criterios de la variable capacidad	20
Tabla 2.4: Matriz de poder	25
Tabla 2.5: Matriz de legitimidad	26
Tabla 2.6: Matriz de Urgencia	26
Tabla 2.7: Matriz de consolidación.....	27
Tabla 2.8: Matriz de ideas relevantes	28
Tabla 3.1: Jerarquías primarias obtenidas por los atractivos de Chone	29
Tabla 3.2: Valor ponderado de los atractivos de Chone por categoría	29
Tabla 3.3: Factor equipamiento turístico de Chone	30
Tabla 3.4: Factor accesibilidad de Chone	30
Tabla 3.5: Matriz de ideas relevantes para Chone.....	36
Tabla 3.6: Validación del prototipo.....	38

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

A partir de la pandemia ocasionada por el virus SARS-CoV-2, el desarrollo del turismo interno se ha convertido en la solución ofrecida por varios actores para la reactivación del sector. Sin embargo, antes de promocionar cualquier destino, es importante identificar los elementos que componen su oferta y el estado en el que se encuentran dichos componentes.

El cantón Chone se encuentra ubicado en la provincia de Manabí. A pesar de ser el cantón más grande de la zona, no es considerado el más turístico. No obstante, cuenta con una amplia oferta que debe ser examinada antes de su promoción.

La presente investigación busca realizar un análisis técnico, que permita identificar elementos de la oferta que puedan incluirse en un mock up de promoción digital para el cantón manabita. Los componentes de la oferta por analizar corresponden a la planta turística, atractivos o recursos y producto turístico.

Dicho análisis espera determinar el nivel de potencialidad turística del cantón y permitirá sugerir mejoras para los diversos integrantes de la oferta. Además, de aportar considerablemente con lineamientos para el desarrollo del lugar. De esta manera, logrando en un periodo determinado, con la participación de los actores y una correcta planificación, posicionar a Chone como uno de los destinos favoritos de la región.

1.1 Descripción del problema

Manabí es una de las provincias más visitadas a nivel nacional. Entre los destinos favoritos de los turistas, tanto nacionales como extranjeros, se encuentra Manta, Puerto López, y Pedernales (El Comercio, 2019). Dicha preferencia, se debe a la oferta de sol y playa que presentan las ciudades mencionadas. Sin embargo, Manabí cuenta con varios destinos relacionados a diferentes tipologías de turismo. Dichos sitios, a pesar de que buscan desarrollar el sector turístico, no consiguen generar el impacto deseado.

Ejemplo de lo mencionado es el cantón Chone, que, si bien cuenta con 13 atractivos naturales y culturales (Mintur, 2020), una marca propia y varias campañas de promoción, no ha logrado posicionarse como un destino favorito para las diversas clases de turistas.

1.2 Justificación del problema

La importancia del presente proyecto radica en la aproximación al desarrollo turístico como una fuente adicional de ingresos económicos para los pobladores del cantón. Chone depende principalmente del sector agrícola y ganadero. Motivo por el cual su economía puede verse fácilmente afectada por factores externos, como el clima, los precios del mercado, etc.

Para determinar la factibilidad del lugar como potencial destino turístico, será necesario realizar el análisis de los componentes pertenecientes al sistema turístico. La presente indagación se enfoca en la oferta turística de la localidad.

Uno de los componentes de la oferta corresponde a los atractivos turísticos de Chone, que pueden o no ser reconocidos y valorados por la comunidad local. Es por ello que la presente investigación no solo busca identificar dichos atractivos, sino crear un sentido de pertenencia por parte de los pobladores,

logrando que sean estos quienes puedan promocionar en mayor porcentaje el turismo de la zona.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Establecer el contenido fundamental de la oferta turística del cantón Chone, mediante su análisis técnico-turístico, que permitirá la identificación del contenido para el desarrollo de un prototipo de promoción digital.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Realizar un diagnóstico de la situación base de la oferta turística existente en Chone.
2. Evaluar la oferta existente para determinar los prestadores de servicios apropiados.
3. Definir la oferta turística del cantón, necesaria en la elaboración de un prototipo.

1.4 Marco teórico

A través del tiempo, muchos autores han destinado su esfuerzo a definir elementos que constituyen la actividad turística para, con ello, brindar a los gestores del turismo herramientas que colaboren al desarrollo de la actividad. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) (1991), el turismo es “la actividad que los individuos realizan durante estancias en lugares diferentes al de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año con fines de ocio, recreación y otros motivos”.

Entre los aspectos teóricos fundamentales para la investigación se encuentra el sistema turístico y oferta turística, que se describirán a continuación.

1.4.1 Sistema Turístico

El turismo puede ser descrito como un sistema o conjunto de partes que se relacionan e interactúan en busca de un objetivo común (Molina, 2000), por lo cual, varios autores han desarrollado su propio sistema. Las teorías expuestas por Neil Leiper, Roberto Boullon y Sergio Molina son aquellas que tienen una mayor aproximación al trabajo de estudio.

El sistema propuesto por Leiper (1979), involucra únicamente tres elementos principales:

- Los turistas, aquellos que realizan una visita temporal implicando una estancia de una noche en un lugar diferente al de su residencia;
- Elementos geográficos, conformado por tres áreas de impacto: i. La región generadora de turismo definida como el lugar de residencia permanente del turista y el lugar donde este comienza y termina el viaje; ii. La región del destino turístico, lugar que atrae al turista a permanecer temporalmente y consta de atracciones que la región generadora de turismo carece; iii. Las rutas de tránsito, elemento que conecta a las

regiones junto a los turistas e influye en la transportación y los flujos turísticos;

- La industria turística, formada por todas aquellas empresas, organizaciones e instalaciones que están destinadas a atender las necesidades y deseos específicos de los turistas.

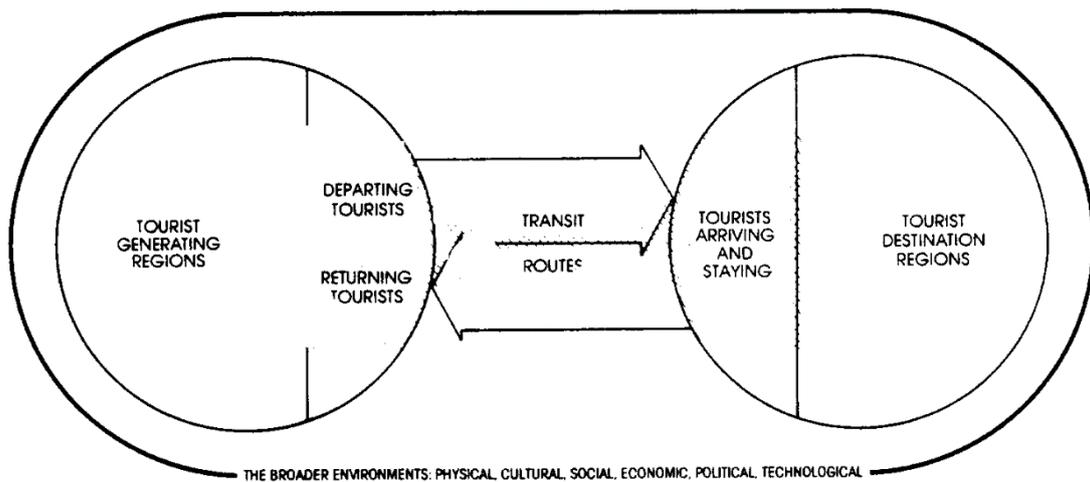


Gráfico 1.1: Sistema Turístico propuesto por Neil Leiper (1979)

Los elementos descritos por el autor están orientados principalmente al espacio geográfico, el cual es un factor importante en el destino más no primordial para nuestra investigación.

Por su parte, Roberto Boullón (2006) analiza al sistema turístico como un modelo oferta-demanda. Es decir, está enfocado en la comercialización de los servicios a un mercado. El punto de partida de este sistema es la oferta turística que interactúa con la demanda a través de la venta del producto turístico, conformado por la planta turística y otros componentes. Este proceso de venta es controlado y supervisado por la Superestructura, con el fin de lograr un correcto funcionamiento del sistema.

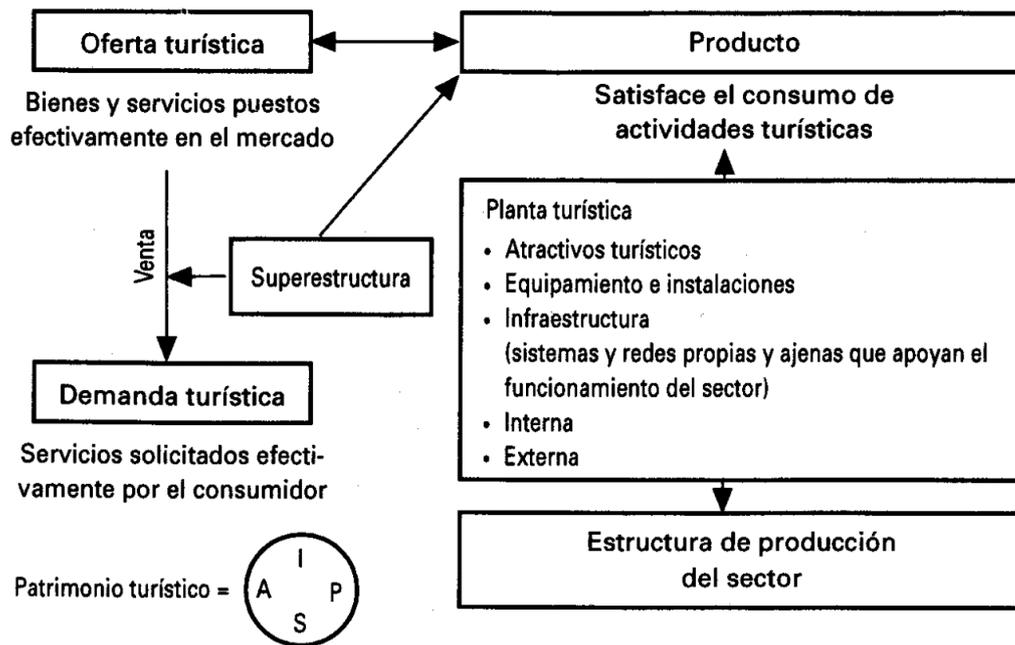


Gráfico 1.2: Sistema Turístico propuesto por Roberto Boullón (2006)

Según la perspectiva general de Boullón (2006), los elementos que forman parte de este sistema son:

- ❖ Oferta turística: Cantidad de bienes o servicios suministrados por la planta turística y ofrecido a un mercado demandante a un precio dado en un periodo de tiempo específico.
- ❖ Producto: Forman parte de la oferta; son servicios o bienes que ayudan al desarrollo del turismo en un destino y está conformado por la planta turística, atractivos, infraestructura y equipamiento e instalaciones.
- ❖ Demanda turística: Servicios o bienes solicitados por un consumidor que busca satisfacer sus necesidades.
- ❖ Superestructura: Organismo público o privado que regula cada parte del sistema y se involucra en el proceso de compra y venta de los servicios.

Teniendo en consideración la industria turística como objetivo de investigación, el sistema turístico propuesto por Sergio Molina es ideal para comenzar un estudio del destino.

Este autor basa su sistema en la Teoría General de Sistema, la cual indica que el “todo” está compuesto por interrelaciones entre sus componentes. Las características que identifican al sistema de Molina (2000) corresponden a que:

1. Al igual que los sistemas anteriores hace referencia a un sistema abierto. En el cual, al contar con intercambio ya sea de energía, materia o información, pueden existir condiciones externas o internas que alteren el funcionamiento de la actividad.
2. Es posible delimitar ya sea de forma territorial o conceptual donde comienza o termina el entorno.
3. Cuenta con un propósito, el cual en el presente proyecto corresponde a la realización de un análisis técnico de la oferta turística para determinar los elementos de esta que pueden resultar atractivos.
4. Se encuentra compuesto por seis subsistemas que se detallan a continuación en la Ilustración 3.

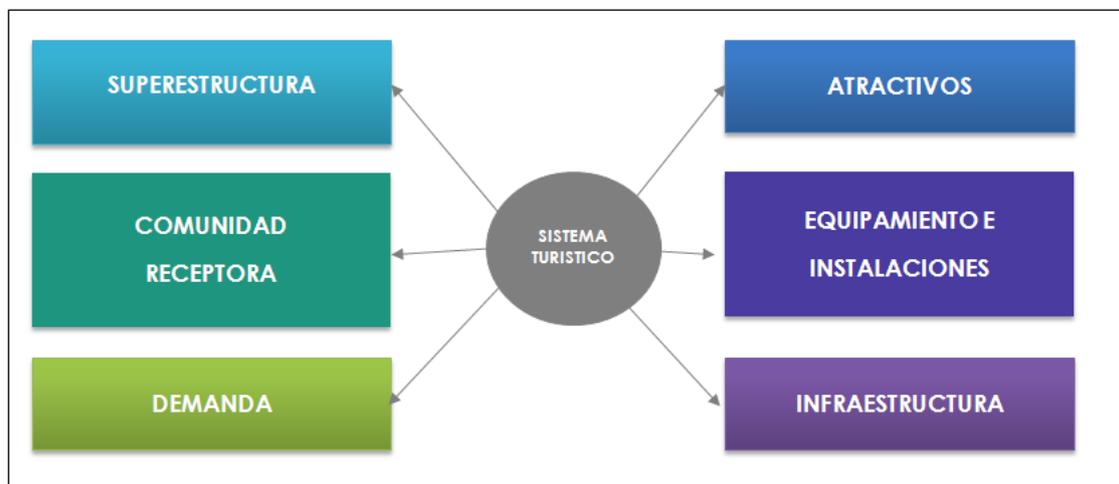


Gráfico 1.3: Sistema Turístico propuesto por Sergio Molina (2000)

Para efectos de la presente investigación analizaremos 4 de los 6 elementos detallados.

- **Atractivos:** Corresponden a dichos elementos ya sean naturales o culturales que llaman la atención de las personas y pueden convertirse en el motivo principal de visita.
- **Equipamiento e instalaciones:** Hace referencia a la denominada planta turística. Se incluyen servicios de alojamiento, restauración e intermediación. Las instalaciones son aquellas cuya función se basa en aumentar el disfrute de la visita del turista. Ejemplo de lo mencionado son las piscinas, spas, canchas, entre otros.
- **Infraestructura:** Aquellos servicios que sirven de apoyo a la actividad turística como lo son las carreteras, servicios básicos, terminales, entre otros.
- **Comunidad receptora:** Locales involucrados de forma directa o indirecta en el desarrollo de la actividad turística en la zona.

1.4.2 Oferta turística

En base a lo expuesto por Molina; los atractivos, infraestructura y equipamiento e instalaciones se encuentran en el destino turístico formando parte de una oferta que busca atraer a turistas. Dicha oferta, se define como “un conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”. (Sancho & Buhalis, 1998).

El equipamiento, también denominado planta turística, integra todos aquellos establecimientos que se dedican a prestar servicios a los turistas y ayudan a que disfrute su estancia en el destino (Boullón, 2006). Este se compone de:

Tabla 1.1: Clasificación de la oferta turística

Categoría	Definición	Tipo/Clasificación
Alojamiento	Sistema compuesto de bienes materiales que busca	<ul style="list-style-type: none"> • Hoteles • Hoteles Apartamento

	satisfacer las necesidades básicas de descanso de los usuarios fuera de su lugar de residencia	<ul style="list-style-type: none"> • Moteles • Hostal o Pensión • Campings • Self-catering accomodation: apartamentos, bungalows, villas y chalets
Restauración	Servicio dispuesto para satisfacer las necesidades de alimentación de los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes • Cafeterías • Quioscos • Comedores típicos (palapas, taquerías, ostionerías, parrillas, etc.).
Intermediación	Agentes que participan como intermediarios entre el producto turístico y el consumidor.	<ul style="list-style-type: none"> • Agencias de viajes • Operador turístico
Otros servicios	Empresas que proveen servicios de ocio, complementando a la restauración y alojamiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Clubs nocturnos • Casinos • Cines y teatros • Otros espectáculos públicos (toros, rodeos etc.) • Guías

Fuente: Elaboración propia en base a Boullón (2006) y Sancho & Buhalis (1998)

Las instalaciones se encuentran relacionadas directamente al destino. Son construcciones que facilitan la actividad turística permitiendo al usuario disfrutar la visita en el lugar; ejemplo de ello son los miradores turísticos, centros de interpretación, refugios, teleféricos, entre otros. (Boullón, 2006).

El segundo componente mencionado en el sistema turístico es la infraestructura, Varisco & Benseny (2013) la definen como el conjunto de obras

y servicios que son base para el desarrollo de actividades económicas que no necesariamente están relacionadas directamente con el turismo. Esta ejerce un rol importante en la actividad turística ya que sirve de soporte en la conectividad y desplazamiento de los usuarios en el lugar; entre los elementos que forman parte de la infraestructura se puede mencionar:

- Servicios básicos tales como agua, luz y electricidad
- Transportación constituida por terminales, rutas
- Carreteras
- Medios de comunicación como teléfono y conexión a internet

El recurso y atractivo turístico son los últimos componentes por analizar. Estos términos a pesar de que se encuentren en una misma categoría cuentan con diferentes definiciones; un recurso turístico hace referencia a los sitios naturales, culturales, etc. con características que motivan al visitante a viajar y sirven de base para la creación de atractivos. En cambio, un atractivo turístico está compuesto por un recurso natural, cultural, etc.; facilidades y servicios dispuestos para el desarrollo turístico. (Gunn, 1993).

Según la Organización de Estados Americanos (OEA) los atractivos pueden ser clasificados de la siguiente manera:

Tabla 1.2: Clasificación de los atractivos según la OEA

Categorías	Tipos	Subtipos
1. Sitios Naturales	1.1 Montañas	1.1.1 Altas Montañas 1.1.2 Sierras 1.1.3 Volcanes 1.1.4 Valles y quebradas 1.1.5 Mesetas 1.1.6 Áreas nevadas 1.1.7 Glaciares
	1.2 Planicies	1.2.1 Llanura 1.2.2 Desiertos

		1.2.3 Salina 1.2.4 Altiplanos
	1.3 Costas	1.3.1 Playas 1.3.2 Acantilados 1.3.3 Arrecifes 1.3.4 Cayos 1.3.5 Barras 1.3.6 Islas 1.3.7 Fiordos 1.3.8 Canales 1.3.9 Penínsulas 1.3.10 Bahías y Caletas
	1.4 Lagos, lagunas y esteros	
	1.5 Ríos	
	1.6 Caídas de agua	
	1.7 Grutas y Cavernas	
	1.8 Lugares de observación de flora y fauna	
	1.9 Lugares de caza y pesca	
	1.10 Caminos pintorescos	
	1.11 Termas	
	1.12 Parques y reservas de flora y fauna	
2. Museos y manifestaciones culturales	2.1 Museos	
	2.2 Obras de arte y técnica	2.2.1 Pintura 2.2.2 Escultura 2.2.3 Arte decorativo 2.2.4 Arquitectura 2.2.5 Realizaciones urbanas 2.2.6 Obras de ingeniería
	2.3 Lugares históricos	
	2.4 Ruinas y lugares arqueológicos	
3. Folklore	3.1 Manifestaciones religiosas y creencias populares	
	3.2 Ferias y mercados	

	3.3 Música y danzas	
	3.4 Artesanías y artes	3.4.1 Alfarería 3.4.2 Tejidos e indumentarias 3.4.3 Metales 3.4.4 Cueros y pieles 3.4.5 Maderas 3.4.6 Piedras 3.4.7 Tejidos en paja 3.4.8 Instrumentos musicales 3.4.9 Máscaras 3.4.10 Objetos rituales 3.4.11 Pinturas 3.4.12 Ingeniería
	3.5 Comidas típicas y bebidas	
	3.6 Grupos étnicos	
	3.7 Arquitectura popular espontánea	
4. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	4.1 Explotaciones mineras	
	4.2 Explotaciones agropecuarias	
	4.3 Explotaciones industriales	
	4.4 Obras de arte y técnica	4.4.1 Pintura 4.4.2 Escultura 4.4.3 Artesanías 4.4.4 Diseño industrial 4.4.5 Arquitectura 4.4.6 Realizaciones urbanas 4.4. Obras de ingeniería
	4.5 Centros científicos y técnicos	4.5.1 Zoológicos y acuarios 4.5.2 Botánicos
5. Acontecimientos programados	5.1 Artísticos	
	5.2 Deportivos	
	5.3 Otros	5.3.1 Fiestas religiosas y profanas 5.3.2 Concursos de belleza

		5.3.3 Convenciones y congresos 5.3.4 Ferias y exposiciones 5.3.5 Corridas de toros 5.3.6 Juegos de azar 5.3.7 Parques de recreación 5.3.8 Oportunidades especiales de compra 5.3.9 Vida nocturna 5.3.10 Gastronomía 5.3.11 Rodeos 5.3.12 Carnavales
--	--	--

Fuente: OEA (1978)

A pesar de que los elementos mencionados por el sistema de Molina han sido apoyados por otros autores, se considera que esta oferta turística carece de ciertos elementos. Boullón (2006) expone que los servicios de alojamiento, restauración, etc. son componentes importantes en el producto turístico, sin embargo, no son motivo para que los turistas se movilicen. Es decir, son un complemento para el turista que viaja a un destino con el fin de realizar diferentes actividades turísticas. Tomando en cuenta dicha declaración, se mencionan dos conceptos adicionales: el producto turístico y las actividades turísticas.

Según la OMT (2019), “Un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital.”

Las actividades turísticas se ejercen de acuerdo a las condiciones que presente el destino visitado. Estas pueden tener cierta temática como naturaleza,

aventura, recreación, etc., y en ocasiones, estas actividades pueden estar relacionadas al objetivo de viaje del turista. Ejemplo de estas: canopy, cabalgatas, ski sobre nieve, trekking, entre otras. (Destinos de Perú, 2014)

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

Se presentan los diversos aspectos metodológicos que permitieron analizar tanto la oferta existente como la potencialidad turística del sector y la participación de los actores en el desarrollo de la actividad. Para ello, fue necesario el uso de diversas herramientas técnicas, las cuales fueron: las matrices de valoración de vocación turística, de involucrados y de ideas relevantes; los índices de potencialidad y concentración turística.

2.1. Índice de potencialidad turística

Para el cálculo del índice se utilizó la fórmula propuesta por Antón (2011) que analiza 3 componentes claves en la oferta turística: Recursos, accesibilidad y equipamiento. De forma general, el índice se calcula de la siguiente manera:

$$IPTx = 1,5 FRx + 1,25 FAx + FEx$$

En el cual:

1,5 FRx = Factor recursos, su ponderación corresponde a 1,5.

1,25 FAx = Factor accesibilidad, con ponderación de 1,25.

FEx = Factor equipamiento, cuya ponderación corresponde a 1.

La ponderación designada hace referencia a la importancia del componente dentro de la oferta según Antón. Los recursos cuentan con mayor ponderación ya que son considerados la “motivación” del turista a la hora de viajar, seguido de la accesibilidad y el equipamiento, los cuales se ven alterados por el aprovechamiento que se les dé a los recursos.

2.1.1. Factor Recurso

Para el cálculo del factor recurso fue necesario realizar un inventario y jerarquización de los atractivos de Chone dividiéndolos en 4 categorías: Recursos naturales y paisajísticos – recursos artísticos y monumentales – recursos artesanos y gastronómicos – folclore, fiestas y acontecimientos programados. Dicho registro se llevó a cabo mediante la ficha propuesta por Antón. Ver Anexo 1 Ficha de recursos turísticos.

Una vez recolectada la información in situ mediante la ficha se calculó el primer valor jerárquico para cada recurso mediante la siguiente fórmula:

$$J = (X + Y / 50) \times 5$$

La variable X hace referencia factores internos de los atractivos (características intrínsecas, grado de ordenación y planificación interna), mientras que la variable Y indica factores externos (accesibilidad interna, evaluación del recurso en el mercado turístico y la demanda que genera). Las puntuaciones para cada factor corresponden a:

Tabla 2.1: Puntuación para cálculo de la jerarquía primaria

FACTORES	VARIABLES	PUNTUACIÓN MÁXIMA
INTERNOS	A. Características intrínsecas (especificidad y singularidad)	20
	B. Grado de ordenación y planificación interna	10
	B.1. Infraestructuras y grado de planificación	5
	B.1.1. Infraestructura general	2,5
	B.1.2. Urbanización	2,5
	B.2. Infraestructura turística y servicios	5
	B.2.1. Señalización y servicio de información	2,5
	B.2.2. Equipamiento y servicios	2,5
EXTERNOS	C. Accesibilidad interna	10
	D. Evaluación del recurso en el mercado turístico y volumen de demanda que genera	10
TOTAL		50

Fuente: Antón (2011)

Con el objetivo de disminuir la subjetividad por parte de las autoras con respecto a la jerarquía primaria se calculó el valor ponderado, para lo cual Antón designó ponderaciones a cada grupo de atractivos de acuerdo con los niveles potenciales de demanda para cada categoría. Dichas ponderaciones son:

- Recursos naturales y paisajísticos = 1.26
- Recursos artísticos y monumentales = 1.27
- Recursos artesanos y gastronómicos = 1.28
- Folclore, fiestas y acontecimientos programados = 1.29

El cálculo del valor ponderado se obtuvo mediante la multiplicación de la jerarquía primaria junto a la ponderación designada para dicha categoría de atractivo. Una vez conseguido el valor jerárquico ponderado por cada categoría se procedió a la aplicación de la siguiente fórmula:

$$FVJP = VJPA + VJPB + VJPC + VJPD$$

En el cual la variable VJPA corresponde al valor jerárquico ponderado de los atractivos pertenecientes a la categoría A (recursos naturales), la variable VJPB hace referencia al valor jerárquico ponderado de los recursos pertenecientes a la categoría B (recursos artísticos y monumentales), la variable VJPC indica el valor jerárquico ponderado apropiable a los recursos que se encuentran en la categoría C (artesanía, gastronomía y folclore) y la variable VJPD muestra el valor jerárquico ponderado de los recursos correspondientes a la categoría D (fiestas y acontecimientos programados).

2.1.2. Factor accesibilidad

La fórmula aplicada para el factor accesibilidad se basó en la metodología de Leno (1992) para lo cual se desarrolló una tabla explicada en el Anexo N° 2 Puntuación para cálculo de factor accesibilidad.

Dicha tabla se utilizó para calificar las parroquias tomando como punto base el Terminal Terrestre de la ciudad de Chone. La fórmula utilizada corresponde a:

$$FA = 2A_D + AT + C_a$$

La variable AD hace referencia a la distancia en kilómetros entre nuestro punto base y las diferentes parroquias del cantón. El segundo índice corresponde a los transportes utilizados para llegar a los diferentes puntos mientras que la última variable corresponde a la calidad de las carreteras.

2.1.3. Factor equipamiento turístico

Para finalizar, la fórmula utilizada para el cálculo del factor equipamiento turístico indica que:

$$FET = [(2 \times IAT) + IR + IAC] / 3$$

En el cual la variable IAT corresponde al índice de alojamiento turístico (número de plazas de alojamiento disponibles), la variable IR hace referencia al índice de restauración (número de plazas en restaurantes) y por último la variable IAC indica el índice de actividades complementarias, como no es posible cuantificar por plazas las actividades se utilizaron el número de empresas que las ofertan.

2.2. Vocación del territorio

Se define como vocación turística a las características geográficas y socioculturales de un territorio que tiene como objetivo la recreación de los visitantes y la generación de actividades asociadas al turismo por parte de las instituciones públicas y privadas (Zapata et al, 2017). Esta herramienta determina la capacidad que tiene dicho territorio o zona para atraer turistas y, de esta manera, aprovechar los elementos que conforman el sistema. Es decir que

la vocación turística no solo está conformada por los recursos turísticos, que se consideran un factor principal en un destino, sino también por otros componentes del sistema turístico como la accesibilidad, servicios complementarios, entre otros. La convergencia de estos factores genera que un territorio sea apto para el desarrollo del turismo.

La metodología desarrollada por el autor tomó en consideración la investigación de Sanabria (2010), donde expone que la vocación es una construcción social que engloba dos aspectos: la aptitud y la capacidad.

La aptitud son las condiciones que tiene el espacio geográfico para ser utilizado; y la capacidad hace referencia a la habilidad que tienen los organismos gestores para aprovechar y desarrollar dicho espacio. En base a dichos aspectos, y a la metodología de la Secretaría de turismo de México se propuso la siguiente metodología para medir el grado de vocación turística de una zona.

En la aptitud territorial del espacio turístico intervienen tres factores importantes: el recurso turístico, la infraestructura y el equipamiento e instalaciones turísticas. Cada uno de estos factores fue clasificado de acuerdo a los criterios detallados a continuación:

Tabla 2.2: Factores y criterios de la variable aptitud territorial

Factores	Definición	Criterios	Definición
1. Recursos Turísticos	Factores naturales y culturales potencialmente aprovechables para atraer flujos turísticos. Se puede clasificar en dos grandes grupos: Patrimonio Cultural y Patrimonio Natural	Patrimonio Material	Presencia de bienes culturales muebles e inmuebles que complementan la oferta turística de la zona.
		Patrimonio Inmaterial	Presencia de tradiciones y expresiones orales, prácticas sociales, rituales, expresiones urbanas, manifestaciones urbanas, actos festivos, expresiones artísticas, entre otras que contemplan la oferta turística de la zona.
		Festividades y Eventos	Atractivos que se generan en la realización de eventos con contenido actual o tradicional, en los cuales la población es actora o espectadora.
		Sitios Naturales	Contemplan las áreas geográficas (conjunto de atractivos con sus componentes) y los recursos naturales (que por sus características no permiten estar agrupados) de importancia e interés turístico.

2. Infraestructura	Es la dotación de bienes y servicios básicos con que cuenta un país y permite que el viaje sea cómodo y agradable. Dentro de este factor se encuentran los sistemas de transporte, las terminales y puertos, las redes de servicios básicos y la señalética urbana.	Accesibilidad a través del sistema integrado de transporte	Sistemas integrales que facilitan la movilidad tipo metro, buses articulados, alimentadores y sistemas de cable.
		Accesibilidad a través de medios de transporte público	Sistema público colectivo de transporte terrestre de pasajeros en medios convencionales como bus, micro o taxi.
		Servicios de Comunicaciones	Cobertura y conectividad Wifi gratuito.
		Calidad Ambiental del Paisaje Urbano	Condiciones de calidad del entorno y características físico-espaciales.
		Señalización Urbana	Presencia de señalética de tipo urbano que permita la ubicación de los visitantes en la zona.
3. Equipamiento e Instalaciones Turísticas	El equipamiento son los establecimientos que prestan servicios turísticos básicos (planta turística) requeridos por el turista y las instalaciones cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas.	Servicios de Alimentación	Establecimientos de expendio de comidas preparadas.
		Señalización Turística	Simbología e información gráfica dirigida a la orientación de los visitantes sobre los atractivos culturales y naturales; las actividades turísticas y de apoyo a los servicios turísticos.
		Servicios de Información Turística	Sistema de información confiable, a través de puntos de información turística que contribuyan a la orientación y satisfacción del visitante.
		Acceso y espacios de paraderos de buses turísticos y automóviles	Espacios delimitados como zonas aptas de parqueo que permita el descenso y ascenso de pasajeros cómodamente.

Fuente: Zapata et al (2017)

La capacidad fue medida en base a 5 elementos: la capacidad de atención, el grado de planificación turística, la afluencia turística actual, la publicidad y promoción y la importancia turística actual.

Tabla 2.3: Factores y criterios de la variable capacidad

Factores	Definición
1. Capacidad de Atención	Se refiere a la presencia de personal capacitado y cualificado para dirigir los recorridos dentro de la zona.

2. Grado de Planificación Turística	Acciones de planificación turística realizadas por el organismo de turismo local como un proceso vinculado estrechamente con la ordenación del territorio.
3. Afluencia Turística Actual	Se refiere al uso turístico actual que presenta la zona.
4. Publicidad y Promoción	Acciones de publicidad y promoción para atraer visitantes a la zona.
5. Importancia Turística Actual	Se refiere a la inclusión de la zona en la oferta turística de la ciudad como parte de los recorridos que ofrecen los operadores turísticos.

Fuente: Zapata et al (2017)

En orden de obtener valores cuantitativos, se designó una valoración en una escala de 0 a 2 a los factores de cada variable, donde: cero (0) representa la ausencia del criterio analizado; uno (1) la existencia de dicho criterio, pero con varias limitantes; y dos (2) significa que dicho criterio cumple con las condiciones adecuadas para la actividad turística. La calificación de cada factor y criterio se obtuvo mediante una ficha, donde se describe la valoración y sus respectivas fuentes de información. Ver Anexo N° 3 y 4 Calificación de la variable aptitud territorial y capacidad.

La ponderación de las calificaciones fue establecida en base al grado de importancia de cada elemento de las variables aptitud territorial y capacidad. La primera variable consideró que los recursos turísticos son el factor más importante en el territorio pues en base a estos se determina la vocación turística existente; la infraestructura y el equipamiento e instalaciones turísticas fueron considerados factores secundarios. Ver Anexo N° 5 Ponderación de la variable aptitud territorial. En la variable capacidad, a cada factor se le otorgó el mismo valor porcentual expuesto en el Anexo N° 6 Ponderación de la variable capacidad

Cuando los criterios de la variable aptitud territorial hayan sido calificados, se obtiene el promedio de cada factor para luego ser sumado y obtener un resultado dentro de la escala 0 a 2.

$$\text{promedio } f(r) + \text{promedio } f(i) + \text{promedio } f(ei)$$

Posteriormente, se multiplica cada factor por los valores porcentuales definidos

$$f(r) \times 40\% + f(i) \times 30\% + f(ei) \times 30\%$$

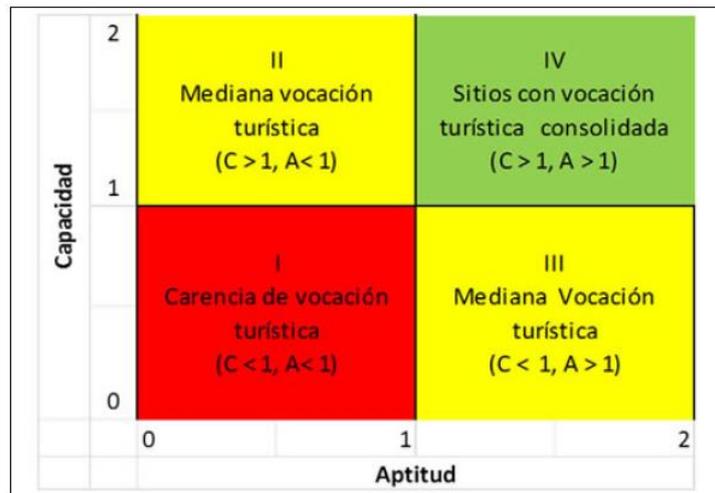
El resultado de la variable capacidad es el promedio de cada criterio multiplicado por los porcentajes establecidos

$$f(ca) \times 20\% + f(p) \times 20\% + f(a) \times 20\% + f(pp) \times 20\% + f(it) \times 20\%$$

Una vez calificados ambas variables, los resultados definirán el nivel de vocación turística del territorio que fue expresada en un plano cartesiano (Figura 2.x) donde la aptitud está representada en el eje X y la capacidad en el eje Y. Los cuadrantes fueron definidos por tres colores: el rojo representa que el territorio no tiene condiciones para atraer y recibir turistas pues carece de recursos turísticos y varios criterios adicionales, tales como infraestructura, equipamiento, grado de planificación, acciones de publicidad, entre otros.

Las zonas de color amarillo representan una mediana vocación turística, es decir que cuenta con fortalezas en ciertos criterios, sin embargo, existe un mayor número de debilidades que impiden el completo desarrollo del territorio. Por último, la zona verde representa sitios con alta vocación turística que cumplen con gran parte de los criterios expuestos gracias a sus condiciones de calidad y valor en el turismo.

Gráfico 2.1: Matriz de Vocación Turística



Fuente: Zapata et al (2017)

2.3. Índice de concentración turística

También conocido como índice de centralidad turística (ICT) es una metodología propuesta por Biagini y empleada en diversos trabajos de investigación. Este índice analiza el impacto de la actividad turística en el territorio, además de definir la competitividad de los componentes y servicios que forman parte de la oferta turística. (Salinas Chávez, E., & Echarri Chávez, M, 2005). La fórmula se expresa de la siguiente manera:

$$ICT = S_i * P_i$$

Donde:

S_i = Número de empresas pertenecientes a cada sector

P_i = Razón de participación empresarial dentro de un subsector; el cual se calcula:

$$P_i = \frac{100}{\sqrt{S_i}}$$

2.4. Matrices

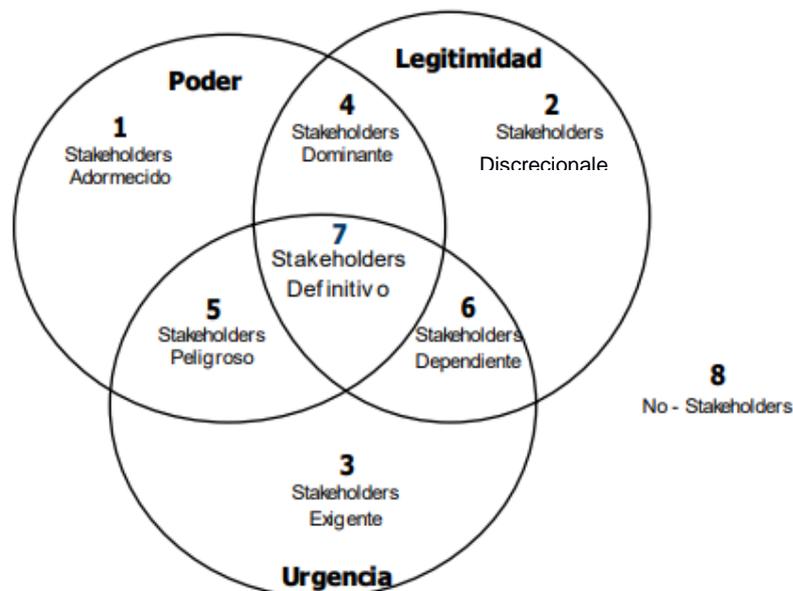
2.4.1. Matriz de involucrados

Se define como “stakeholders” o involucrados a “cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de una organización” pues están involucrados directamente en el desarrollo de las actividades. (Freeman & Reed, 1983)

La teoría propuesta por Mitchell et al (1997) expone que los grupos involucrados pueden ser afectados dependiendo a los atributos de poder, legitimidad y urgencia que estos posean sobre la situación actual u organización. En base a estos atributos, se identificaron diferentes grupos de stakeholders:

- Stakeholders latentes, aquellos que poseen uno de los tres atributos: adormecidos o durmientes, exigentes y discrecionales
- Stakeholders expectantes, aquellos que poseen dos de los atributos: peligrosos, dominantes y dependientes
- Stakeholders definitivos, quienes poseen todos los atributos.

Gráfico 2.2: Matriz de stakeholders



Fuente: Mitchell et al (2017)

En base a esta teoría, Martins, H. F., & Fontes Filho, J. R. (1999) desarrollaron una herramienta que determina quienes son los actores de mayor importancia y los clasifica en base a los atributos que posee. La metodología consta de tres matrices:

El poder es la capacidad que tiene un actor de imponer su voluntad en el uso de los recursos: coercitivos (fuerza física, armas), utilitarios (materia prima, financiero, logística, tecnológico) y simbólicos (reconocimiento). El grado de sensibilidad determina el nivel de vulnerabilidad de la organización en relación a los recursos.

Tabla 2.4: Matriz de poder

MATRIZ DE PODER								
Grado de Sensibilidad de los recursos	Medios Coercitivos		Medios utilitarios				Medios Simbólicos	Grado de Poder
	Fuerza Física	Armas	Materiales y físicos	Financieros	Logísticos	Tecnológicos e Intelectuales	Reconocimiento y estima	
Involucrados								
Actor 1: Grado de disponibilidad Grado de poder								0
Actor 2: Grado de disponibilidad Grado de poder								0
Actor n... Grado de disponibilidad Grado de poder								0

Fuente: Martins, H. F., & Fontes Filho, J. R. (1999)

El grado de poder en cada línea se calcula mediante la multiplicación del grado de sensibilidad del recurso y el grado disponibilidad de cada actor; finalmente para el grado de poder total se suman todos los valores obtenidos en los diversos recursos. La calificación usada en estas matrices se encuentra dentro de una escala de 0 a 3, misma que es detallada en el Anexo N° 7 Calificación de matriz poder.

La legitimidad indica si la participación de un actor es deseable o apropiada para la organización y la sociedad. Para evaluar este atributo se usaron valores de 0 a 3 que se detallan en el Anexo N° 8 Calificación de matriz legitimidad. El grado de legitimidad total se calcula sumando los niveles de deseabilidad de cada actor.

Tabla 2.5: Matriz de legitimidad

MATRIZ DE LEGITIMIDAD			
Grado de deseabilidad de actores	Niveles de Deseabilidad		Grado de Legitimidad
	Para la Organización/proceso	Para la Sociedad	
Involucrados			
Actor 1:			0
Actor 2:			0
Actor n...			0

Fuente: Martins, H. F., & Fontes Filho, J. R. (1999)

La urgencia se refiere a la necesidad de atención inmediata en base a los grados de sensibilidad temporal, si puede aceptar o no algún atraso; y criticidad, relacionada con la posibilidad de daño. Al igual que las matrices anteriores, esta fue calificada con valores de 0 a 3. Ver Anexo N° 9 Calificación de matriz urgencia.

El grado de urgencia total se obtiene mediante la suma de los criterios de sensibilidad y criticidad.

Tabla 2.6: Matriz de Urgencia

MATRIZ DE URGENCIA			
Grado de urgencia de los actores	Criterios de Urgencia		Grado de Urgencia
	Sensibilidad Temporal	Criticidad	
Involucrados			
Actor 1:			0
Actor 2:			0
Actor n...			0

Fuente: Martins, H. F., & Fontes Filho, J. R. (1999)

Para finalizar el análisis de los atributos, se elaboró una matriz de consolidación que determinó la importancia y el número de atributos que un actor posee.

Tabla 2.7: Matriz de consolidación

MATRIZ DE CONSOLIDACIÓN							
Actores	Grado de Poder (A)		Grado de Legitimidad (B)		Grado de Urgencia (C)		Total A x B x C
	Valor Total	Valor Normalizado	Valor Total	Valor Normalizado	Valor Total	Valor Normalizado	
Actor 1:							
Actor 2:							
Actor n...							
TOTAL							
Número de Actores							
Promedio							

Fuente: Martins, H. F., & Fontes Filho, J. R. (1999)

El valor normalizado se lo obtuvo dividiendo el valor del atributo para el actor y la media aritmética del grado del atributo correspondiente. Si el resultado obtenido es mayor que 1, significa que el grado de dicho atributo está por encima de la media; si el resultado es un valor menor a 1, está por debajo de la media.

2.4.2. Matriz de ideas relevantes

El desarrollo de una matriz permitió clasificar soluciones o nuevas ideas que ayuden a la problemática planteada. Dicha matriz cuenta con dos ejes: en la recta perteneciente a X calculamos la dificultad, mientras que la recta de las Y indica la importancia de cada idea.

Tabla 2.8: Matriz de ideas relevantes

+Dificultad -Importancia	+Dificultad +Importancia
-Dificultad -Importancia	-Dificultad +Importancia

Fuente: Elaboración propia (2021)

2.5. Prototipo

Debido a las restricciones establecidas para evitar la propagación de la actual pandemia (COVID-19), mediante la presente investigación se desarrolló un prototipo de bajo nivel en “Canva”, una página web de diseño, que debió ser validado por varios actores y los cuales otorgaron comentarios y recomendaciones al mismo.

2.6. Entrevistas Semi-estructuradas

Para la recopilación de información necesaria para el prototipo y para el diagnóstico del recurso fue necesario realizar visitas in situ y entrevistas semi-estructuradas a los administradores de cada recurso referentes a horarios de atención, costo de entrada, meses de afluencia de turistas y procedencia, cantidad de empleados, actividades que se realizan y números de contacto.

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

3.1. Índice de potencialidad turística

Una vez aplicadas las fórmulas correspondientes los resultados fueron los siguientes. Con respecto al factor recurso, las valoraciones obtenidas para los recursos visitados según la ficha de Antón fueron:

Tabla 3.1: Jerarquías primarias obtenidas por los atractivos de Chone

RECURSO	JERARQUÍA OBTENIDA
Humedal "La Segua"	3.9
Centro Turístico: Café Color Tierra	3.3
Cascada Caracol	3.05
Balneario "Los Pollitos"	2.2
Balneario "Los Palmares"	2.6
Balneario "El Tecal"	2.4
Cabañas "El Toto"	2.85
Quinta "Mi Celinda"	2.9
Centro Recreacional "Casita Azul"	2.65
La Poza	1.9

Fuente: Elaboración propia (2021)

Con la jerarquía definida se procedió al cálculo del valor ponderado, el cual nos dio como resultados los siguientes valores por las categorías descritas en la metodología:

Tabla 3.2: Valor ponderado de los atractivos de Chone por categoría

	A	B	C	D	TOTAL
1	0	15,24	34,56	19,04	68,84
2	0	0	0	0	0
3	0	0	103,68	0	103,68
4	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0
TOTAL	0	15,24	138,24	19,04	172,52

Fuente: Elaboración propia (2021)

Ponderado el total presentado en la tabla, el factor recurso tuvo un valor de 79,91.

Con respecto al factor equipamiento los valores obtenidos corresponden a:

Tabla 3.3: Factor equipamiento turístico de Chone

Plazas restaurantes	647
Plazas alojamiento	152
Complementarias	3
Factor Equipamiento turístico	318

Fuente: Elaboración propia (2021)

De igual manera se ponderó el factor obteniendo como resultado del equipamiento turístico: 49.15

Por último, el factor accesibilidad entregó las siguientes valoraciones:

Tabla 3.4: Factor accesibilidad de Chone

Parroquia	Distancia promedio	Evaluación de transporte	Calidad de accesos al cantón	Distancia
Ricaurte	16,31	4	3,5	4
Santa Rita	12,91	4	3,5	5
San Antonio	10,86	4	3,5	5
Canuto	14,63	4	3,5	4
Índice conectividad		4	3,5	4,5
Factor accesibilidad		16,5	82,5	

Fuente: Elaboración propia (2021)

Ponderado el resultado, el factor cuenta con un valor de 82.5.

Obtenidos los 3 factores necesarios y aplicando la fórmula correspondiente el cantón de Chone cuenta con un índice de potencialidad turística del 2.68%

3.2. Vocación turística

El cantón Chone está formado por 9 parroquias: 2 urbanas que son Chone, Santa Rita; y 7 rurales como Boyacá, Canuto, Chibunga, Convento, Eloy Alfaro, Ricaurte y San Antonio. Se considera importante analizar cada una de estas parroquias para determinar el potencial del territorio de todo el cantón, sin embargo, por motivos de pandemia, se visitaron aquellas que poseen recursos turísticos de acuerdo a la información proporcionada por el GAD de Chone. Por tanto, las parroquias visitadas fueron Santa Rita, Canuto, Ricaurte y San Antonio.

La parroquia urbana **Santa Rita** posee dos recursos turísticos conocidos: centro turístico café color tierra, que alberga 13 cascadas; y la cascada Caracol, ambos espacios naturales. De acuerdo a dichos recursos, fue calificada de la siguiente manera en el Anexo N° 10 y 11 Puntuación de la variable aptitud y capacidad en la parroquia Santa Rita

Dichos resultados demostraron que, a pesar de contar con espacios naturales con un mínimo impacto por actividades del hombre, siendo potencialmente aprovechables, la parroquia no ha recibido gran apoyo por parte de los organismos gubernamentales.

La parroquia rural **Canuto** se destacó por la diversidad de recursos turísticos, ofrece desde ríos, festivales, hasta una iglesia con relevancia histórica. No obstante, su mayor debilidad es la afluencia turística, misma que pudo ser justificada debido a que los sitios naturales en esta parroquia carecen de infraestructura turística apropiada, impidiendo el desarrollo de la actividad. Aquello dio como resultado que ciertos recursos no se encuentran aptos para la visita de turistas. Ver Anexo N° 12 y 13 Puntuación de la variable aptitud y capacidad en la parroquia Canuto.

La parroquia **Ricaurte** mostró varias debilidades, entre ellas la afluencia de turistas pues, a pesar de que sus recursos naturales estén conservados, son visitados mayormente por locales y en un menor porcentaje por turistas regionales. La señalización turística también fue una de las falencias más palpables al momento de visitar los balnearios ubicados en la zona. Ver Anexo N° 14 y 15 Puntuación de la variable aptitud y capacidad en la parroquia Ricaurte.

La parroquia **San Antonio** fue la mejor puntuada en ambas variables, esto en gran parte debido a que el recurso turístico de mayor importancia en el cantón se encuentra ubicado en esa zona. Ver Anexo N° 16 y 17 Puntuación de la variable aptitud y capacidad en la parroquia San Antonio.

La preocupación de las autoridades por desarrollar esta zona se ve reflejada en la fácil accesibilidad del lugar, es por ello que la infraestructura y equipamiento obtuvieron mejores puntuaciones en comparación a las otras parroquias; además de que existe, de cierta manera, una planificación del lugar.

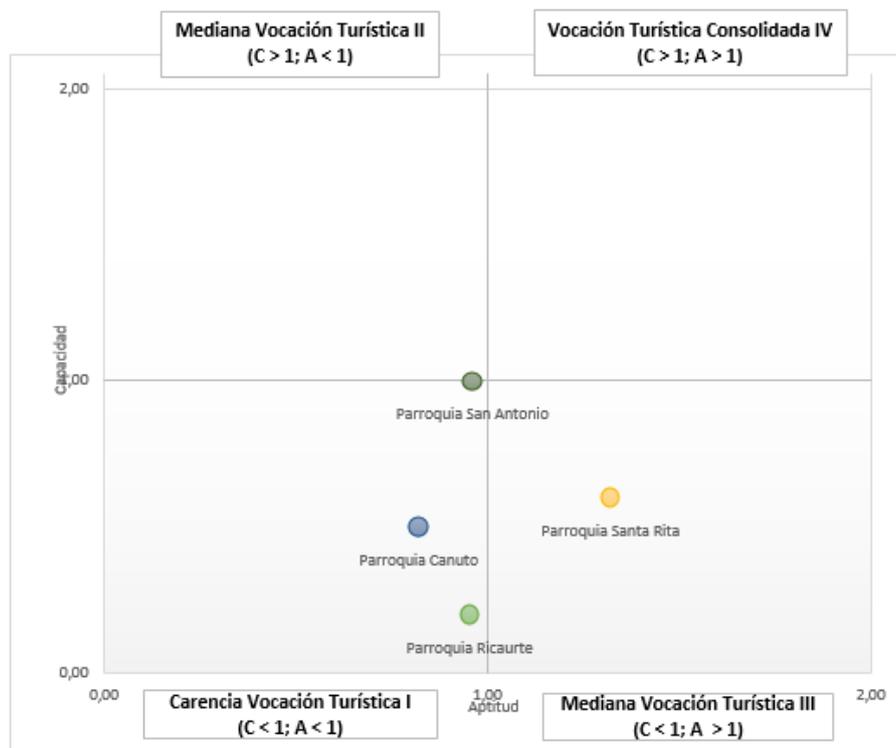
Una de las falencias en común que presentaron las parroquias fue el servicio de comunicación; la conectividad se vio afectada en varios lugares visitados ya que la señal de red en los teléfonos móviles fue prácticamente inexistente. La carencia de servicios de información turística también perjudicó el puntaje. Asimismo, el acceso y espacio de paraderos de buses turísticos es nulo en todos los lugares, no obstante, están aptos para recibir vehículos de menor tamaño.

Por otra parte, el GAD de Chone no posee un plan de desarrollo turístico del cantón, así pues, el grado de planificación turística se ve afectado. El único lugar que posee cierto grado de planificación es el Humedal La Segua en la parroquia San Antonio debido a que forma parte de un convenio internacional. Además, la importancia turística actual de Chone fue calificada con 0 dado que las operadoras turísticas del cantón no ofrecen recorridos de ningún tipo en la ciudad, mucho menos se la incluye en paquetes turísticos.

Finalmente, la vocación turística en las parroquias según: Ricaurte y Canuto presentaron una carencia de vocación turística, la primera registró una valoración de 0,95 en aptitud territorial y 0,20 en capacidad; mientras que la otra un puntaje de 0,82 y 0,5 respectivamente.

Las parroquias restantes mostraron una mediana vocación turística: Santa Rita obtuvo un 1,32 en aptitud territorial y 0,6 en capacidad; y San Antonio valores de 0,96 y 1 respectivamente.

Gráfico 3.1: Vocación Turística de Chone



Fuente: Elaboración propia (2021)

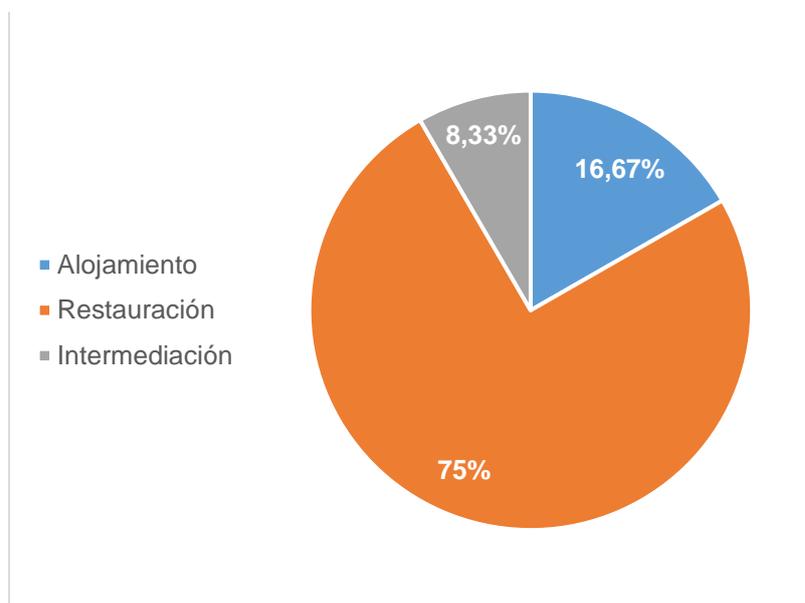
3.3. Índice de concentración turística

El catastro turístico del cantón determinó el número de establecimientos turísticos que serían utilizados para el cálculo del índice detallado en el Anexo N° 18 Índice de concentración turística.

La categoría alojamiento constó de 3 hoteles registrados en el catastro y 1 hostel no registrado ubicado en la parroquia Santa Rita, dicho hostel fue un proyecto que empezó en el año 2020 con el objetivo de contar con una planta hotelera en la zona. Esta categoría representó un 16,67% en la industria turística de Chone.

Con respecto a la restauración existieron 14 establecimientos registrados, se visitaron 4 restaurantes con buena infraestructura y potencial turístico que no constan en el catastro turístico. El índice de esta categoría fue de 75%, lo que determinó que gran parte de la planta turística que posee Chone la conforman los restaurantes, cafeterías y bares. Por último, la intermediación turística fue la categoría con menor participación en el mercado con un 8,33%.

Gráfico 3.2: Índice de concentración turística de Chone



Fuente: Elaboración propia (2021)

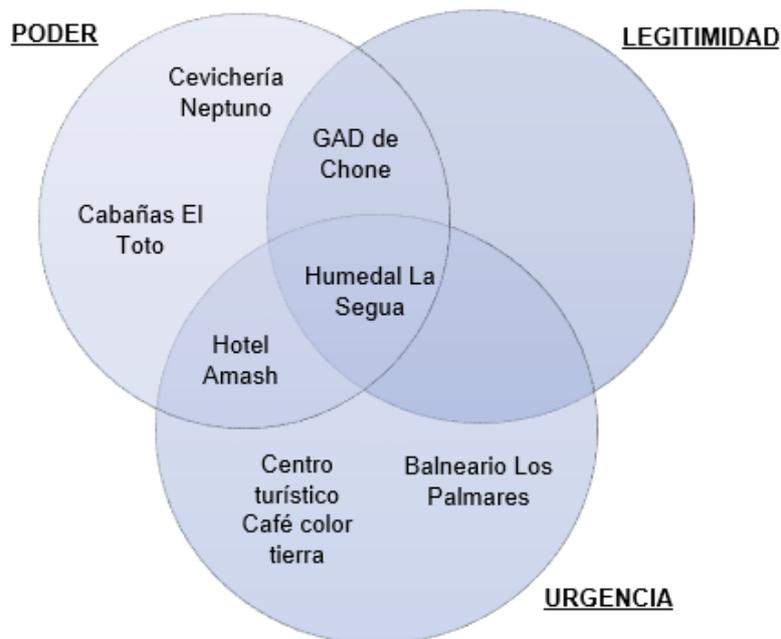
3.4. Matriz de involucrados

Para realizar esta matriz se consideraron como actores al GAD de Chone y a las personas representantes de la oferta turística. En los recursos, se escogió un

actor por cada parroquia, de igual forma los establecimientos de alojamiento y restauración. Los resultados obtenidos fueron detallados con profundidad en el Anexo N° 19 Matriz de consolidación de involucrados en Chone.

En base a dicha matriz, los actores poseían un atributo si obtuvieron un valor mayor a 1. El GAD de Chone fue considerado como un stakeholder dominante pues poseía poder y legitimidad, permitiendo reconocer que sus intereses pueden generar un cambio en la organización; el humedal la Segua tuvo todos los tres atributos, convirtiéndolo en un stakeholder definitivo; y el Hotel Amash posee poder y urgencia, por ello, fue reconocido como un stakeholder peligroso. Por su parte, tanto la Cevichería Neptuno como las Cabañas del Toto adquirieron un atributo: poder, catalogándolos como stakeholders adormecidos. Finalmente, el centro turístico café color tierra y el balneario Los Palmares fueron stakeholders exigentes ya que poseen urgencia, principalmente debido a que solicitaban una ayuda inmediata.

Gráfico 3.3: Relación de los actores con los atributos



Fuente: Elaboración propia (2021)

3.5. Matriz de ideas relevantes

La matriz de ideas relevantes permitió generar un listado de soluciones que pueden desarrollarse ya sea a corto o largo plazo para el beneficio del turismo en el cantón.

Tabla 3.5: Matriz de ideas relevantes para Chone

<p>+ DIFICULTAD -IMPORTANTE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseño de un mapa turístico del cantón 	<p>+DIFICULTAD +IMPORTANTE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fuente de financiamiento para el sector - Capacitar en inglés (al menos básico) al personal - Motivar a la colaboración conjunta entre el GAD y los actores restantes - Mejora en infraestructura turística y cantonal / Plan de desarrollo turístico. - Alianzas entre instituciones educativas – GAD – prestadores de servicios turísticos.
<p>-DIFICULTAD -IMPORTANTE</p>	<p>-DIFICULTAD +IMPORTANTE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar atractivos y servicios ofertados por el cantón - Desarrollo de un mock up de promoción con la oferta analizada - Implementación de medidas de bioseguridad -

Fuente: Elaboración propia (2021)

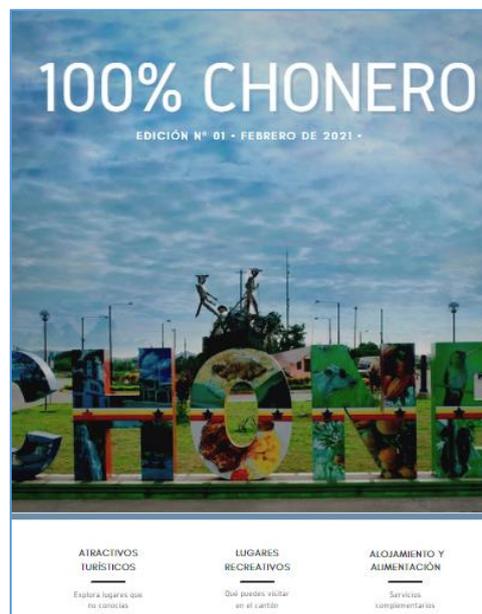
3.6. Prototipo

En base a la información recopilada se desarrolló una revista digital como prototipo de baja resolución, misma que fue dividida en 4 secciones: Atractivos turísticos, sitios de visita, alojamiento y alimentación. Ver Anexo N° 20 Prototipo de revista digital.

La sección Atractivos turísticos comprendió 3 lugares naturales que cumplen parte de los requisitos para ser considerados atractivos y están aptos para la visita de turistas nacionales: Humedal la Segua, Centro turístico Café Color Tierra y la Cascada el Caracol. Se describió la información básica que el turista necesita conocer en caso de visitar el lugar, tales como: dirección, horario de atención, actividades que se pueden realizar, valor de la entrada y el contacto. Además, se añadieron recomendaciones para el turista.

El apartado sitios de visita describe los lugares que mostraron potencial turístico, sin embargo no cuentan con las condiciones necesarias para ser considerado un atractivo. Entre estos se encuentran: Quinta Mi Celinda, Balneario Los Palmares, Cabañas El Toto y el Centro Recreacional Casita Azul. Al igual que en los atractivos, se incluyó información como horario de atención, actividades que se pueden realizar y valor de la entrada. Por último, las secciones alojamiento y alimentación incluyeron la planta turística del cantón.

Gráfico 3.4: Prototipo Revista Digital



Fuente: Elaboración propia (2021)

3.7. Validación de prototipo

Para la validación del prototipo se entrevistaron a 6 personas entre las que se encontraban profesores de turismo, turistas, una diseñadora gráfica y estudiantes universitarios.

Cada actor ofreció comentarios y recomendaciones con respecto al prototipo enseñado. A continuación, se presenta una tabla con los resultados obtenidos.

Tabla 3.6: Validación del prototipo

Nombres	Profesión	Comentarios	Recomendaciones
Ivonne Martín	Docente FCSH	Las imágenes son llamativas, y la información responde a preguntas básicas a la hora de escoger un destino.	Deberían incluirse recomendaciones para ir a los atractivos como, por ejemplo, si es necesario llevar repelente o vestimenta abrigada.
Sebastián Calle	Docente FCSH	Las imágenes utilizadas en los títulos pueden mejorar. El término que utilizar para aquellos sitios que no son considerados atractivos es de "sitios de visita".	Incluir los tipos de turismo que pueden realizarse en los diversos atractivos y sitios de visita.
Leonor Bravo	Residente de Chone	La información incluida en la revista debe de compartirse en otros medios como las redes sociales, ya que es útil a la hora de escoger un destino y el internet es en la actualidad el método más rápido.	Actualizar cada cierto tiempo la información para que no sea errónea.
Karina del Pezo	Diseñadora gráfica	La forma en la que se divide la revista me	Solo considero que es importante más

		parece la adecuada, los colores combinan con las fotos manteniendo el estilo.	información con respecto a varios segmentos.
Jorge Cedeno	Estudiante extranjero	Me gusta la idea ya que de esta forma se pueden planear viajes con anterioridad y con información real.	Debería incluirse más información con respecto a los hoteles y restaurantes, como precios, ubicación o lo que ofrecen para poder armar un presupuesto de acuerdo con el gasto de cada uno.
Génesis Reina	Estudiante de turismo	Me agrada la selección de colores. Considero que los atractivos deben promocionarse más en las redes sociales pues la mayoría de personas las usa para buscar información de cualquier destino o lugar que deseen visitar.	Agregar las "recomendaciones" en el resto de los atractivos no solo en uno. Podría agregarse las personas de contacto para la cascada o los sitios de visitas. Me gustaría saber más de los hoteles, ubicación, rango de precios o servicios que ofrecen.

Fuente: Elaboración propia (2021)

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

De acuerdo con los resultados del índice de potencialidad y la vocación del territorio se puede concluir que Chone no se encuentra apto en su totalidad para el desarrollo de la actividad turística. No existe una correcta planificación en el cantón y la utilización de términos relacionados a varios componentes de la oferta no es la adecuada.

Con respecto a los prestadores de servicios, el índice de concentración turística permitió llegar a la conclusión de que existe mucha información desactualizada con respecto a los mismos. Como se muestra en el Anexo _ existieron establecimientos que no se encontraban dentro del catastro turístico nacional pero que, sin embargo, funcionaban correctamente. Dando a entender, que el número de prestadores de servicios es mayor que el contabilizado por los organismos responsables.

Los índices también permitieron concluir que, de los 10 atractivos existentes, de acuerdo a información recopilada por el GAD de Chone, únicamente 3 cumplen con los requerimientos necesarios para ser considerados como tal pues poseen buena infraestructura, grado de planificación y accesibilidad: Humedal La Segua, Centro turístico Café Color Tierra y la Cascada el Caracol. No obstante, se catalogó a 4 de dichos atractivos como recursos turísticos al poseer cualidades convenientes para el recibimiento de turistas: Quinta Mi Celinda, Balneario Los Palmares, Cabañas el Toto y Centro recreacional Casita Azul. Además, se estableció que 3 de los 14 establecimientos de restauración serían

utilizados en el prototipo debido a las condiciones estéticas de sus instalaciones y a la popularidad del local.

Finalmente, las entidades públicas en la actualidad se enfocan en mejorar la infraestructura y servicios de ciertos atractivos ya conocidos por turistas locales más no de aquellos que necesitan ayuda para desarrollarse. Las entrevistas semiestructuradas revelaron que algunos atractivos turísticos han logrado mejorar sus instalaciones con capital propio; otros en cambio buscan una manera de generar ingresos para superar los estragos económicos que ha causado la pandemia.

Recomendaciones

Se recomienda una mayor colaboración entre los diversos organismos gestores y los prestadores de servicios, logrando de esta manera que el trabajo conjunto colabore al desarrollo turístico del cantón de forma paralela y eficaz.

Un plan de ordenamiento y desarrollo turístico es fundamental para una correcta planificación del cantón, por ello es importante que el departamento de turismo del GAD de Chone desarrolle dicha guía para que exista una mejora en el sector.

Es recomendable que se actualice constantemente el catastro turístico o cualquier base de datos referente a la oferta turística del cantón, de esta manera se tendrá un mejor control del estado actual y número de establecimientos y recursos turísticos existentes.

Para finalizar, una vez mejorada la oferta turística del cantón se recomienda realizar una investigación que defina el perfil del turista idóneo para visitar Chone, logrando identificar al segmento adecuado a la cual dirigir el prototipo de promoción digital o cualquier herramienta de marketing.

BIBLIOGRAFÍA

Boullón, R. C. (2006). Espacio Turístico. México: Trillas.

Camara, C. J., & Morcate Labrada, F. D. L. Á. (2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. *Arquitectura y Urbanismo*, 35(1), 48-67.

Cárdenas Tabares, F. (2019). *Proyectos turísticos. Localización e inversión*.

Carvajal Zambrano, G. V., & Lemoine Quintero, F. A. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *El periplo sustentable*, (34), 164-184.

Chacón Casals, C. E., & Vergara Jácome, C. S. (2015). Análisis del sistema turístico de la Plaza Foch y su área de influencia en el barrio La Mariscal en el Distrito Metropolitano de Quito (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2015.).

Clavé, A. (2012). Planificación territorial del turismo. *Planificación territorial del turismo*, 0-0.

Coronado, F., Méndez, C., Ríos, W., & Pauta, D. (2010). Diagnóstico del sistema turístico del cantón Milagro y determinación de estrategias para su desarrollo turístico.

del Perú, D. (2014). Manual para la planificación de productos turísticos. Lima, Perú.

El Comercio (2019). *Manabí espera 300 000 turistas en el feriado de Carnaval*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/manabi-turistas-feriado-carnaval-playa.html>

Freeman, R. E., & Reed, D. L. (1983). Stockholders and stakeholders: A new perspective on corporate governance. *California management review*, 25(3), 88-106.

García, J. R., & Díaz, M. M. (2014). *Estructura, economía y política turística*. Septem Ediciones.

González, M. P. (2016). Diseño de productos y servicios turísticos locales. UF0083. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibsipansp/reader.action>.

Gunn, C. (1993). Megatrend attraction myths and fallacies. *World travel and tourism review*, 3, 139-143.

Gutiérrez, E. M. A., & Fernández, E. M. (2011). Análisis de la oferta y la demanda de oleoturismo en el sur de España: un estudio de caso. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 8(67), 181-202.

Hall, C. M. (2008). *Tourism planning: Policies, processes and relationships*. Pearson Education.

Leiper, N. (1979). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of tourism research*, 6(4), 390-407.

Leno Cerro, F. (1992). La evaluación del potencial turístico en un proceso de planificación: el Canal de Castilla. *Estudios Turísticos*, (116), 49-85.

Martins, H. F., & Fontes Filho, J. R. (1999). ¿En quién se pone el foco? Identificando stakeholders para la formulación de la misión organizacional. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, 15, 111-140.

MINTUR (2020). Chone: aventuras, sol y gastronomía. Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/chone-aventuras-sol-y-gastronomia/>

Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of management review*, 22(4), 853-886.

Molina, S. (2000). *Conceptualización del turismo*.

Moreno, M. C. M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión gerencial*, (1), 135-158.

OEA (1978) *Metodología de inventario turístico en Quinto. Curso Interamericano de Planificación del Desarrollo Turístico*. México D. F.

Organización Mundial del Turismo - OMT. (1991). Resoluciones de la conferencia internacional sobre estadísticas de viajes y turismo. Ottawa, Madrid.

Organización Mundial del Turismo (2019), Definiciones de turismo de la OMT, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

Pérez, Ó. R., & Crispín, Á. S. (2005). Metodología para determinar el potencial de los recursos turísticos naturales en el estado de Oaxaca, México. *Cuadernos de turismo*, (16), 153-174.

Ricaurte Quijano, C. V. (2009). *Manual para el diagnóstico turístico local*.

Rodríguez, S. M. E. S. (2019). *Planificación integral del turismo: un enfoque para Latinoamérica*.

Salinas Chávez, E., & Echarri Chávez, M. (2005). Turismo y desarrollo sostenible: el caso del centro histórico de la Habana–Cuba.

Sanabria, T. (2010). Cuatro precisiones metodológicas para identificar la aptitud territorial. *Bitacora Urbano Territorial*, 1 (16), 79-88.

Sancho, A., & Buhalis, D. (1998). Introducción al turismo. Madrid: Organización Mundial del Turismo, 392.

Sánchez, A. V., Bueno, N. P., Mejía, M. Á. P., & Ligeró, F. R. (2012). Turismo enológico: comportamiento del turista y percepción de la población residente. *Papers de Turisme*, (43-44), 97-111.

Varisco, C., & Benseny, G. (2013). Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios.

Zapata, L. V. L., Gómez, J. S. G., Spúlveda, W. M., & Vélez, A. O. (2017). Propuesta metodológica para la medición y valoración de la vocación turística dentro de una ciudad. Estudio de caso en las ciudades de Medellín y Bogotá, Colombia. *Estudios Socioterritoriales. Revista de Geografía*, (21), 71-89.

ANEXOS

ANEXO Nº 1

Ficha de atractivos turísticos

Atractivo o recurso		Área	Mapa	Cord. UTM	Foto	Código	Símbolo
Categoría	Tipo	Subtipo 1		2	Jerarquía		
Ubicación o localización:							
Organismo responsable:							
Características del recurso							
Descripción:							
Especificidad:							
Accesibilidad							
Excelente () Buena () Regular () Mala ()							
Infraestructura turística							
1. Señalización	Excelente ()	Buena ()	Regular ()	Mala ()	No existente ()		
2. Servicio de información	Excelente ()	Buena ()	Regular ()	Mala ()	No existente ()		
3. Equipamiento y servicios	Excelente ()	Buena ()	Regular ()	Mala ()	No existente ()		
Alojamiento e infraestructura general (si existe especificar):							
Actividades complementarias (si existe especificar):							

ANEXO Nº 3

Calificación de la variable aptitud territorial

Factores	Criterios	Escala de Valoración	Fuente
1. Recursos Turísticos	Patrimonio Material	0. Carencia de bienes culturales muebles e inmuebles.	Bienes de interés cultural PDOT, Observación directa (comunidad, actores locales, visitantes).
		1. Bienes culturales inhabitados o sin servicios para recibir turistas.	
	Patrimonio Inmaterial	2. Bienes culturales conservados con atención continua para recibir turistas.	Comunidad, listado de corporaciones artísticas y culturales.
		0. Inexistencia de expresiones artísticas y/o folklóricas.	
	Festividades y Eventos	1. Expresiones artísticas y folklóricas auténticas reconocidas por la comunidad, sin proyección turística.	Proyectos de acuerdo municipal, comunidad, festividades y eventos (organismo público a cargo del factor cultural).
		2. Expresiones artísticas y folklóricas auténticas reconocidas por la comunidad y los turistas.	
Sitios Naturales	0. Ausencia de festividades, eventos y mercados tradicionales.	Observación directa, PDOT, Plan ambiental, Actores sociales.	
	1. Recursos naturales altamente impactados por actividades antrópicas.		
2. Infraestructura	Accesibilidad a través del sistema integrado de transporte	2. Recursos naturales conservados y aptos para la visita de turistas.	Número de estaciones del metro, estaciones de tranvía, estaciones de metrocable, metroplus, entre otras.
		0. Sin acceso.	
	Accesibilidad a través de medios de transporte público	1. Con acceso restringido y se requiere la conexión con otros sistemas de transporte.	Presencia de paraderos en la zona, Número de rutas urbanas en el sector.
		2. Accesibilidad plena a través del sistema integrado.	
	0. Sin acceso.		
	1. Con acceso restringido y se requiere desplazamiento a pie u otros medios informales.		

		2. Accesibilidad plena a través de medios masivos de transporte.	
		0. Sin acceso.	
	Servicios de Comunicaciones	1. Acceso limitado o restringido.	Cobertura Wifi pública (Organismos públicos encargados), PDOT.
		2. Conectividad eficiente y gratuita.	
	Calidad Ambiental del Paisaje Urbano	0. Alto nivel de saturación visual por desorden vial y contaminación en espacios públicos por disposición de basura.	Observación directa, organismos públicos.
		1. Niveles aceptables de saturación visual por desorden vial y contaminación en espacios públicos por disposición de basura.	
		2. Buenas condiciones de calidad del entorno sin saturación visual.	
	Señalización Urbana	0. Ausencia de señalización.	Observación directa, organismos públicos.
		1. Existencia de señalamientos insuficientes.	
		2. Amplia disponibilidad de señalización informativa, preventiva y restrictiva.	
	Servicios de Alimentación	0. Ausencia de restaurantes típicos y convencionales.	Observación directa, catastro turístico, entidades públicas.
		1. Restaurantes y establecimientos típicos y convencionales que atienden tanto a turistas como público en general.	
		2. Restaurantes y establecimientos típicos y convencionales que atienden en su mayoría a turistas.	
3. Equipamiento e Instalaciones Turísticas	Señalización Turística	0. Falta de señalización turística.	Observación directa, organismos públicos.
		1. Insuficiente señalización.	
		2. Señalización turística clara y confiable.	
	Servicios de Información Turística	0. Carencia de puntos de información turística.	Observación directa, organismos públicos.
		1. Puntos de información turística no vinculados a la red nacional.	
		2. Puntos de información turística vinculados a la red nacional.	
	Acceso y espacios de paraderos de	0. Falta de paraderos para transporte turístico especial.	Observación directa, organismos públicos.
		1. Limitados paraderos para transporte turístico especial.	

buses turísticos y automóviles **2.** Amplios espacios como paraderos para transporte turístico especial.

Fuente: Zapata et al (2017)

ANEXO Nº 4

Calificación de la variable capacidad

Factores	Escala de Valoración	Fuente
1. Capacidad de Atención	0. Sin presencia de personal para realizar recorridos guiados en la zona.	Corporaciones, guías turísticos, centros de información, orientación al visitante.
	1. Presencia de personal para realizar recorridos sin formación específica.	
2. Grado de Planificación Turística	2. Presencia de personal para realizar recorridos con formación específica.	Plan de Desarrollo Turístico, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, entrevistas a los gestores públicos locales.
	0. Ausencia de acciones de planificación desde el órgano de turismo local para la zona.	
	1. Acciones de planificación desde el organismo de turismo local que de forma indirecta benefician a la zona.	
3. Afluencia Turística Actual	2. Acciones de planificación directas desde el organismo de turismo local que impactan el turismo en la zona.	Cuestionarios y/o encuestas a operadores turísticos, anuarios de estadísticas turísticas, observación directa.
	0. Motiva corrientes turísticas locales y/o regionales.	
	1. Motiva corrientes turísticas nacionales.	
4. Publicidad y Promoción	2. Motiva corrientes turísticas internacionales.	Revisión sitios web, portales de viajeros nacionales e internacionales, guías turísticas, plataformas de georreferenciación.
	0. La zona no se encuentra georreferenciada en ninguna plataforma ni en el mapa turístico de la ciudad.	
	1. Se identifica la zona en el mapa turístico de la ciudad, pero no se encuentra debidamente georreferenciada en diferentes plataformas.	
5. Importancia Turística Actual	2. Zona debidamente georreferenciada e identificada en el mapa turístico de la ciudad con información en plataformas de viajeros nacionales e internacionales.	Revisión de guías turísticas, mapas, programas turísticos,
	0. No figura como sitio de visita en los recorridos de ciudad ofrecidos por las operadoras de turismo.	

1. Complementa otros recursos como parte de los recorridos de ciudad.

entrevistas con operadores turísticos.

2. Es el principal recurso a visitar y cuenta con ruta propia en los recorridos de ciudad ofrecidos por las agencias operadoras.

Fuente: Zapata et al (2017)

ANEXO N° 5

Ponderación de la variable aptitud territorial

VARIABLE UNO: APTITUD TERRITORIAL	
Factor	Valor
Recursos turísticos(r)	40%
Infraestructura(i)	30%
Equipamiento e instalaciones turísticas(ei)	30%

Fuente: Zapata et al (2017)

ANEXO N° 6

Ponderación de la variable capacidad

VARIABLE DOS: CAPACIDAD	
Factor	Valor
Capacidad de Atención(ca)	20%
Grado de Planificación Turística(p)	20%
Afluencia Turística Actual(a)	20%
Publicidad y Promoción(pp)	20%
Importancia Turística Actual(it)	20%

Fuente: Zapata et al (2017)

ANEXO Nº 7

Calificación de matriz poder

Escala de Valores	Grado de Sensibilidad	Grado de Disponibilidad
0	Insensible	No Posee
1	Baja	Poca
2	Media	Media
3	Crítica	Máxima

Fuente: Martins, H. F., & Fontes Filho, J. R. (1999)

ANEXO Nº 8

Calificación de matriz legitimidad

Escala de Valores	Niveles de Deseabilidad
0	Indeseable
1	Poco Deseable
2	Deseable
3	Altamente Deseable

Fuente: Martins, H. F., & Fontes Filho, J. R. (1999)

ANEXO Nº 9

Calificación de matriz urgencia

Escala de Valores	Sensibilidad Temporal	Criticidad
0	Nada Sensible	Nada Crítico
1	Poco Sensible	Baja Criticidad
2	Sensible	Media Criticidad
3	Alta Sensibilidad	Alta Criticidad

Fuente: Martins, H. F., & Fontes Filho, J. R. (1999)

ANEXO N° 10

Puntuación de la variable aptitud en la parroquia Santa Rita

Factores	Criterios	Valoración
1. Recursos Turísticos	Patrimonio Material	-
	Patrimonio Inmaterial	-
	Festividades y Eventos	-
	Sitios Naturales	2
	Subtotal	2
2. Infraestructura	Accesibilidad a través del sistema integrado de transporte	0
	Accesibilidad a través de medios de transporte público	2
	Servicios de Comunicaciones	1
	Calidad Ambiental del Paisaje Urbano	1,5
	Señalización Urbana	1
	Subtotal	1,1
3. Equipamiento e Instalaciones Turísticas	Servicios de Alimentación	1
	Señalización Turística	1
	Servicios de Información Turística	0
	Acceso y espacios de paraderos de buses turísticos y automóviles	0,5
	Subtotal	0,625

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N° 11

Puntuación de la variable capacidad en la parroquia Santa Rita

Factores	Valoración
1. Capacidad de Atención	0,5
2. Grado de Planificación Turística	0,5
3. Afluencia Turística Actual	1
4. Publicidad y Promoción	1

5. Importancia Turística Actual	0
---------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N° 12

Puntuación de la variable aptitud en la parroquia Canuto

Factores	Criterios	Valoración
1. Recursos Turísticos	Patrimonio Material	1
	Patrimonio Inmaterial	-
	Festividades y Eventos	1,5
	Sitios Naturales	0,5
	Subtotal	1
2. Infraestructura	Accesibilidad a través del sistema integrado de transporte	0
	Accesibilidad a través de medios de transporte público	1,5
	Servicios de Comunicaciones	1
	Calidad Ambiental del Paisaje Urbano	1
	Señalización Urbana	1
	Subtotal	0,9
3. Equipamiento e Instalaciones Turísticas	Servicios de Alimentación	1
	Señalización Turística	0,5
	Servicios de Información Turística	0
	Acceso y espacios de paraderos de buses turísticos y automóviles	0,5
	Subtotal	0,5

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N° 13

Puntuación de la variable capacidad en la parroquia Canuto

Factores	Valoración
1. Capacidad de Atención	0
2. Grado de Planificación Turística	0,5
3. Afluencia Turística Actual	1
4. Publicidad y Promoción	1
5. Importancia Turística Actual	0

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N° 14

Puntuación de la variable aptitud en la parroquia Ricaurte

Factores	Criterios	Valoración
1. Recursos Turísticos	Patrimonio Material	-
	Patrimonio Inmaterial	-
	Festividades y Eventos	-
	Sitios Naturales	1,5
	Subtotal	1,5
2. Infraestructura	Accesibilidad a través del sistema integrado de transporte	0
	Accesibilidad a través de medios de transporte público	1
	Servicios de Comunicaciones	1
	Calidad Ambiental del Paisaje Urbano	1
	Señalización Urbana	1
	Subtotal	0,8
3. Equipamiento e Instalaciones Turísticas	Servicios de Alimentación	1
	Señalización Turística	0,5
	Servicios de Información Turística	0

	Acceso y espacios de paraderos de buses turísticos y automóviles	0
	Subtotal	0,375

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N° 15

Puntuación de la variable capacidad en la parroquia Ricaurte

Factores	Valoración
1. Capacidad de Atención	0
2. Grado de Planificación Turística	0,5
3. Afluencia Turística Actual	0
4. Publicidad y Promoción	0,5
5. Importancia Turística Actual	0

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N° 16

Puntuación de la variable aptitud en la parroquia San Antonio

Factores	Criterios	Valoración
1. Recursos Turísticos	Patrimonio Material	-
	Patrimonio Inmaterial	-
	Festividades y Eventos	-
	Sitios Naturales	1
	Subtotal	1
2. Infraestructura	Accesibilidad a través del sistema integrado de transporte	0
	Accesibilidad a través de medios de transporte público	2
	Servicios de Comunicaciones	1

	Calidad Ambiental del Paisaje Urbano	1
	Señalización Urbana	1,5
	Subtotal	1,1
3. Equipamiento e Instalaciones Turísticas	Servicios de Alimentación	1
	Señalización Turística	1
	Servicios de Información Turística	0,5
	Acceso y espacios de paraderos de buses turísticos y automóviles	0,5
	Subtotal	0,625

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N° 17

Puntuación de la variable capacidad en la parroquia San Antonio

Factores	Valoración
1. Capacidad de Atención	1
2. Grado de Planificación Turística	1
3. Afluencia Turística Actual	2
4. Publicidad y Promoción	1
5. Importancia Turística Actual	0

Fuente: Elaboración propia

ANEXO Nº 18

Índice de concentración turística

ÍTEM	Valor Subcategoría	Si	Pi	ICT	Porcentaje
Alojamiento		4	50,00	200	16,67%
Hotel		3	57,74	173,2050808	12,50%
Hostal					
Hostería		1	100,00	100	4,17%
Hacienda Turística					
Lodge					
Resort					
Refugio					
Campamento Turístico					
Casa de Huéspedes					
Restauración		18	23,57	424,2640687	75,00%
Restaurante		15	25,82	387,2983346	62,50%
Cafetería		2	70,71	141,4213562	8,33%
Bar					
Discoteca		1	100,00	100	4,17%
Establecimientos Móviles					
Plazas de Comida					
Servicios de Catering					
Intermediación Turística		2	70,71	141,4213562	8,33%
Agencias de Viajes Mayoristas					
Agencias de Viajes Internacionales					
Operadores Turísticos		2	70,71	141,4213562	8,33%
Agencias de Viajes Duales					
Transportación Turística Terrestre		0	0	0	0,00%
Guianza Turística		0	0	0	0,00%
Guías Locales					
Guías Nacionales					
Guías Nacionales Especializados en Patrimonio Turístico					
Guías Nacionales Especializados en Aventura					
TOTAL DESTINO		24	20,41	489,8979486	100,00%

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N° 19

Matriz de consolidación de involucrados en Chone

MATRIZ DE CONSOLIDACIÓN							
Actores	Grado de Poder (A)		Grado de Legitimidad (B)		Grado de Urgencia (C)		Total A x B x C
	Valor Total	Valor Normalizado	Valor Total	Valor Normalizado	Valor Total	Valor Normalizado	
Actor 1: Dpto de Turismo de GAD Chone	26	1,31	5	1,59	1	0,3043	0,63
Actor 2: Teresa Mendoza (La Segua)	20	1,01	4	1,27	5	1,5217	1,9506
Actor 3: Alejandra Flores de Valgas (Hotel Amash)	21	1,06	2	0,64	4	1,2173	0,8192
Actor 4: Cevichería Neptuno	20	1,01	3	0,95	1	0,3043	0,2926
Actor 5: Yamileth Zambrano (Café color tierra)	17	0,86	3	0,95	5	1,5217	1,2435
Actor 6: Raúl Rodríguez (El Toto)	20	1,01	3	0,95	2	0,6086	0,5852
Actor 7: Magna Delgado (Los Palmares)	15	0,76	2	0,64	5	1,5217	0,73150
TOTAL	139		22		23		
Número de Actores	7		7		7		
Promedio	19,8571		3,1428		3,2857		

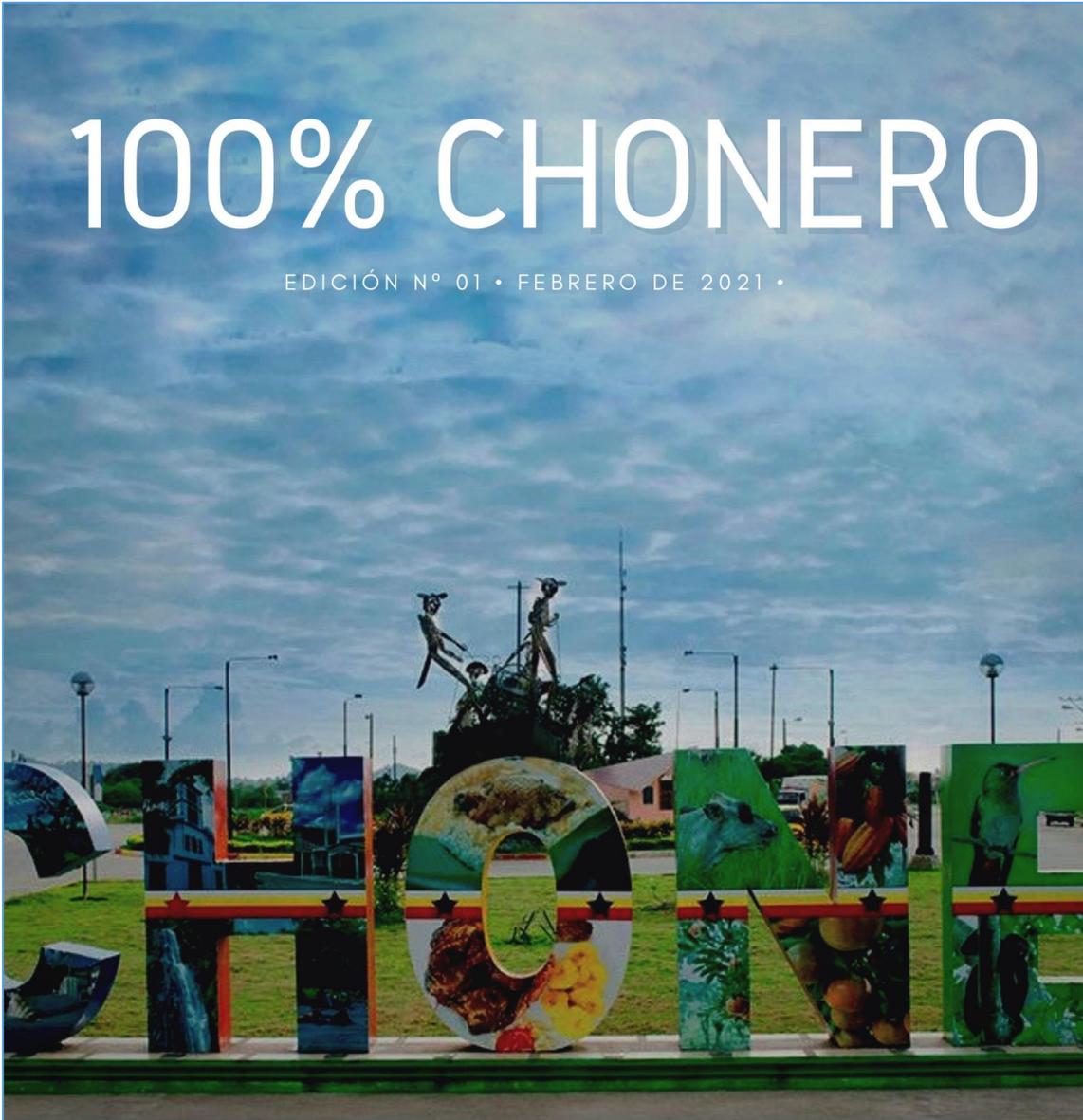
Fuente: Elaboración propia

ANEXO Nº 20

Prototipo de Revista Digital

100% CHONERO

EDICIÓN Nº 01 • FEBRERO DE 2021 •



ATRATIVOS TURÍSTICOS

Explora lugares que
no conocías

LUGARES RECREATIVOS

Qué puedes visitar
en el cantón

ALOJAMIENTO Y ALIMENTACIÓN

Servicios
complementarios

CONTENIDO

2 ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Humedal La Segua

Centro turístico café color tierra

Cascada El Caracol

8 LUGARES RECREATIVOS

Quinta Mi Celinda

Balneario Los Palmares

Cabañas El Toto

Centro Recreacional "Casita Azul"

10 ALOJAMIENTO

Hotel Amash

Hotel Victoria

Hotel Atahualpa de oro

11 ALIMENTACIÓN

Cevichería Neptuno

Restaurante El Cangrejal

Mona House Café



*ATRÁCTIVOS
TURÍSTICOS*

HUMEDAL LA SEGUA

DIRECCIÓN:	Parroquia San Antonio, vía Chone – San Vicente
HORARIO DE ATENCIÓN:	Lunes a domingo (08h00 – 17h00)
¿QUÉ ACTIVIDADES PUEDE REALIZAR?	Paseos en bote – camping – aviturismo – pesca artesanal – observación de flora y fauna – gastronomía
VALOR DE ENTRADA:	General \$3, Camping \$5 y Recorridos en bote \$5
CONTACTO:	Teresa Mendoza - 0960344675



3 Atractivos turísticos



Recomendaciones



Repelente



Protector solar



Gorra

4 Atractivos turísticos



CENTRO TURÍSTICO CAFÉ COLOR TIERRA

DIRECCIÓN:	Comunidad el Mosquito – La Rumelia, vía Quito
HORARIO DE ATENCIÓN:	Lunes a domingo (09h00 – 17h30)
¿QUÉ ACTIVIDADES PUEDE REALIZAR?	Senderismo – trekking – observación de flora y fauna – natación – gastronomía típica
VALOR DE ENTRADA:	\$1.50
CONTACTO:	Yamileth Zambrano  Café Color Tierra.

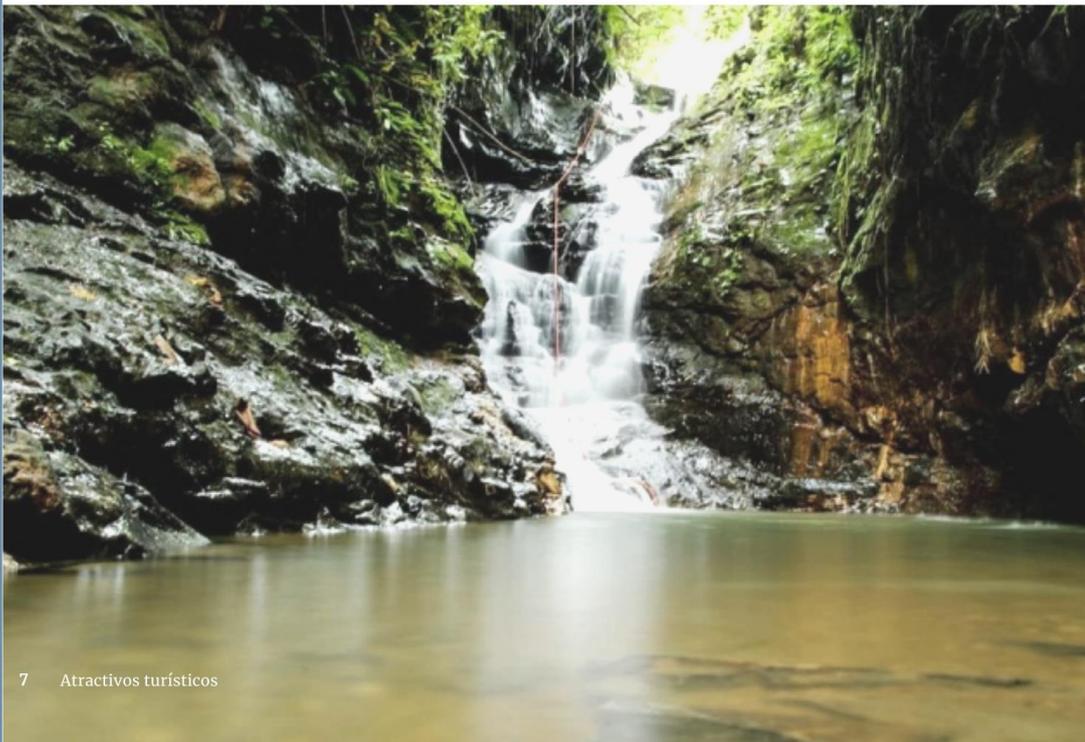


6 Atractivos turísticos



CASCADA EL CARACOL

DIRECCIÓN:	Vía a Mosquito – La Guabina
HORARIO DE ATENCIÓN:	Lunes a domingo (09h00 – 19h00)
¿QUÉ ACTIVIDADES PUEDE REALIZAR?	Descanso en hamacas – senderismo – caminatas – trekking – natación
VALOR DE ENTRADA:	\$1.00. Costo adicional en caso de solicitar guías



7 Atractivos turísticos



SITIOS

DE

VISITA



Quinta Mi Celinda

HORARIO DE ATENCIÓN: Sábados y domingos (09h00 – 17h00)
¿QUÉ ACTIVIDADES PUEDE REALIZAR? Gastronomía típica – Piscina – Eventos.
Próximamente senderos para recorrido.
VALOR DE ENTRADA: \$3

Balneario Los Palmares

HORARIO DE ATENCIÓN: Lunes a viernes (13h00 – 18h00)
Sábados y domingos (10h00 – 18h00)
¿QUÉ ACTIVIDADES PUEDE REALIZAR? Voleibol – natación – pesca – gastronomía
VALOR DE ENTRADA: Gratis



Cabañas El Toto

HORARIO DE ATENCIÓN: Lunes a domingo (10h00 – 18h00)
¿QUÉ ACTIVIDADES PUEDE REALIZAR? Gastronomía típica - Descanso en hamacas – Camping.
VALOR DE ENTRADA: Gratis

Centro Recreacional "Casita Azul"

HORARIO DE ATENCIÓN: Lunes a domingo 10h00 – 18h00 (si no hay reservaciones)
¿QUÉ ACTIVIDADES PUEDE REALIZAR? Descanso – zona de juegos infantiles – fútbol – gastronomía – natación
VALOR DE ENTRADA: \$2 adultos y \$1,50 niños



OPCIONES PARA ALOJAMIENTO



- 01 Hotel Atahualpa de oro
- 02 Hotel Amash
- 03 Hotel Victoria

OPCIONES DE ALIMENTACIÓN



- 04 Cevichería Neptuno
- 05 Restaurante El Cangrejal
- 06 Mona House Café