



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
EXTENSIÓN BAHÍA DE CARÁQUEZ**

SUCRE 1016.E01

CAMPUS: DR. HECTOR USCOCOVICH BALDA

FACULTAD DE ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA

TRABAJO DE TITULACION

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE INGENIERIA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURISTICAS**

TEMA

**ANÁLISIS DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS CULTURALES
INCORPORADOS AL TURISMO SOSTENIBLE EN LOS CANTONES**

SUCRE Y SAN VICENTE

AUTORA

TACURI CAISAGUANO MARIA MERCEDES

TUTOR

DR. VALLS WILFRIDO

BAHÍA DE CARÁQUEZ – MANABÍ – ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN

DR. VALLS WILFRIDO CATEDRÁTICO DE LA UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ, EXTENSION BAHÍA DE CARÁQUEZ.

CERTIFICA:

Que el trabajo de investigación titulado “análisis de los productos turísticos culturales incorporados al turismo sostenible en los cantones Sucre y San Vicente.

”Elaborado por la egresada **Tacuri Caisaguano María Mercedes**, ha sido revisado y desarrollado conforme con los lineamientos de la metodología de la investigación científica y las normas establecidas por la Facultad de Administración Turísticas y Hoteleras.

En consecuencia autorizo su presentación y sustentación.

Bahía de Caráquez, Abril 17 del 2018

Dr. Valls Wilfrido
DIRECTOR DE TESIS

DECLARACION DE AUTORÍA

La responsabilidad de la investigación, resultados y conclusiones emitidas en esta Tesis pertenecen exclusivamente a la autora.

El derecho intelectual de este trabajo de investigación corresponde a la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez.

La autora

Tacuri Caisaguano María Mercedes.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi profunda gratitud a las autoridades de la Universidad Laica “**Eloy Alfaro de Manabí**”, Extensión Bahía de Caráquez y a la Facultad de Administración Turística y Hotelera, por brindarme la oportunidad de adquirir el título de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas.

A Mi Padre **Jorge Tacuri**, quien con sus sabios consejos y su apoyo incondicional supo guiarme por el buen camino y enseñarme que no debo detenerme pese a cualquier adversidad que se me presente en el vida, tu papito eres mi pilar fundamental el mejor hombre de del mundo y por ende le agradezco a mi Dios por el privilegio de tenerte a mi lado TE AMO PAPITO con todo mi corazón.

A **Blanca Cusme** quien ha sido como mi segunda madre y por ende es una pieza fundamental para poder llevar acabo mi carrera.

A **Carlos Rivero** mi amigo, novio, compañero, quien me supo dar fuerzas para no desmayar en cada problema que se me presentaba, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad, ni desfallecer en el intento.

De la misma manera al **Dr. Valls Wilfrido, Lic. Carlos Chica, Ing. Fernanda Navas**, los mismos que con su valiosa aportación y guía, hicieron posible la realización del presente trabajo investigativo.

A **mi Familia** que estuvieron siempre ahí con sus consejos y apoyándome moralmente para lograr este título profesional; a mis **Compañeros** de carrera en especial a **Ericka Alcívar, Jandry Obando, Janina Ostaiza y Verónica Navarrete**, quienes durante el proceso de formación en la Universidad dejaron una profunda amistad y compañerismo.

DEDICATORIA

Esta Tesis se la dedico a **Dios** y a mis Padres **Jorge Tacuri, Mercedes Caisaguano** quienes supieron guiarme por el buen camino, y darme las fuerzas para seguir adelante, ellos son mis arquitectos fundamentales, Papito Mamita ustedes quienes me han dado todo lo que soy como personas, mis principios, mis valores, mi empeño, mi perseverancia, mi carácter, mi coraje para alcanzar mis objetivos.

A mis Hermanos@s **Wilmer, Edison, Jorge, Jessica, Yajaira, Julissa**, quienes han sido la brújula que me guía, y la inspiración para llegar a grandes alturas, por ende les doy las gracias por su amor, apoyo, comprensión, consejos y ayuda en los momentos difíciles.

Tacuri Caisaguano Maria Mercedes

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABI.

RESUMEN DE LA TESIS DE INGENIERA EN TURISMO

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar los atractivos turísticos culturales de los cantones Sucre y San Vicente que se verán basados en las ciudades de Bahía de Caráquez y San Vicente para el desarrollo del turismo sostenible y el incremento de turistas. La metodología aplicada es de tipo descriptiva en ella se utilizan métodos cualitativos y cuantitativos. Entre las principales herramientas utilizadas se pueden mencionar: revisión documental, observación, entrevistas, muestreo, guía de inventario atractivo, para el procedimiento se utilizó el software Excel entre los resultados fundamentales de la investigación se pueden citar: análisis de los atractivos culturales de las ciudades Bahía de Caráquez y San Vicente, la guía de análisis que está en correspondencia con la revisión bibliográfica realizada y la propuesta de una Ruta turística histórica que permitirá la comercialización de los atractivos culturales y acciones para incrementar el número de turistas en la zona norte de Manabí, adicional el resultado expresa la carencia de atractivos turísticos desarrollados lo que impide la creación de productos turísticos consolidados y circuitos turísticos de impacto.

SUMMARY

The objective of this research is to analyze the cultural tourist attractions of the Sucre and San Vicente cantons that will be based on the cities of Bahia de Caráquez and San Vicente for the development of sustainable tourism and the increase of tourists. The same that is descriptive in it, qualitative and quantitative methods are used. Among the main tools used are: Documentary Revision. Observation, entrevistas, sampling, attractive inventory guide, cause-effect diagram: the excel software was used for the prediction. Among the fundamental results of the research can be cited: therefore, the cultural attractions of the Bahia de Caráquez and San Vicente cities were analyzed, the analysis guide is in correspondence with the bibliographic review carried out: The cultural attractions of the cities were identified. Bahia de Caráquez and San Vicente cities to classify and evaluate them in their states. The proposal of a historical tourist route that will allow the commercialization of the cultural attractions and actions to increase the number of tourists visiting these cities is proposed.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN	II
DECLARACION DE AUTORÍA	III
APROBACION TESIS TRIBUNAL	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
RESUMEN	VII
SUMMARY	VIII
INTRODUCCIÓN.....	12
CAPITULO I.....	14
1. Marco Teorico	14
1.1. Turismo sostenible en el Mundo	14
1.2. Productos Turísticos Culturales.....	15
1.2.1. Turismo cultural es una pieza clave en las actuaciones estratégicas de desarrollo territorial y económico.....	16
1.2.2. El Turismo Cultural sin una planificación sostenible puede producir impactos negativos sobre las comunidades en las que se desarrolla tales como:.....	16
1.3. EL TURISMO CULTURAL.....	16
1.3.1. Turismo Cultural	16
1.4. El turismo cultural según la UNESCO.....	18
1.5. Modelos de Turismo sostenible.....	19
1.5.1. Cultura y Tradición.....	19
1.5.2. Diferenciados por la Calidad.....	19
1.6. Beneficios del Turismo Sostenible.....	20
1.6.1. Beneficio Culturales.....	20
1.6.2. Beneficios Sociales.....	21
1.6.3. Beneficios Económicos.....	21
1.7. Tipos de Productos Turísticos Culturales.....	22
1.7.1. Cultural.....	22

1.7.2. Productos basados en la comunidad	23
1.7.3. Productos basados en la cultura	23
1.7.4. Productos basados en la ecología	23
1.7.5. Productos basados en la seguridad y protección	23
1.8. Explotación de los atractivos Culturales.....	24
1.8.1. Estrategia de Producto Turístico Cultural.....	24
1.8.2. Clasificación de los productos de acuerdo a su tangibilidad.....	26
CAPITULO II DIAGNÓSTICO	27
1.-Trabajo de Campo	27
2 Metodología	28
2.1. Método Teórico.....	28
2.2. Método Empírico.....	28
2.2.1. Técnicas de recopilación de Información.....	28
2.3. Población y Muestra.....	28
2.3.1. Muestra.....	28
2.4. Jerarquizacion.....	29
2.5. Análisis de los Productos Turísticos Culturales incorporados al Turismo sostenible en los cantones Sucre – San Vicente.....	31
2.6. Análisis e interpretación de la entrevista realizada a un funcionario del GAD Sucre. Ing. Paolo Rodriguez.....	41
2.7. Análisis e interpretación de la entrevista realizada a un funcionario del GAD San Vicente, Lic Leonardo Centeno.....	43
CAPITULO III PROPUESTA	45
3 Propuesta	45
3.1. Justificación.....	46
3.1.1. Propuesta de la ruta historica cultural para las ciudades de Bahia de Caraquez y San Vicente.....	46
3.2. Objetivos.....	46
3.2.1. Objetivo general.....	46
3.2.2. Objetivos Especificos.....	47
3.3. Productos turísticos que tienen que ser promocionados.....	47
.....	52

3.4.	Antecedentes históricos de los Cantones Sucre.....	54
3.5.	Antecedentes históricos de los cantón San Vicente.....	55
3.6.	Mapa De Localizacion de la Ruta Historica – Cultural	57
3.7.	Micro localización Manabí- Sucre -San Vicente.....	58
3.7.1.	Actividades de implementación del circuito histórico cultural.....	59
3.7.2.	Factibilidad	59
3.8.	Mapa de Recorrido.....	60
3.9.	Listado de las casas seleccionadas para el recorrido	61
3.10.	Modelo de programa excursión para un día oferta.....	61
3.10.1.	Descripción del circuito: Actividad un día en triciclos	61
3.11.	Programa genérico precios.....	62
3.11.1.	La Ruta Historica- Cultural.....	62
3.12.	Beneficiarios.....	62
	CONCLUSIONES	63
	RECOMENDACIONES	64
	BIBLIOGRAFÍA	65
	ANEXOS A	69
	ANEXO B	71

INTRODUCCIÓN

El turismo cultural es una de las líneas aprobadas en el Plan de Tour de desarrollo de turismo sostenible en el Ecuador hasta el 2020, posee 10 variedades y dos tipos de categorías sitios naturales y Manifestaciones Culturales que incluye mercado, artesanía, gastronomía, fiestas populares, turismo religioso, turismo urbano, turismo arqueológico, turismo científico, académico, voluntariado y educativo, haciendas históricas, otros. (Marchante, 2002)

Es concebido como una forma de turismo alternativo que encarna la consumación de la comercialización de la cultura. Elementos escogidos de cualquier cultura pasan a ser productos ofertados en el mercado turístico. Este artículo argumenta que los procesos de generación de productos culturales conducen a nuevas formas de interpretar la autenticidad y expresan el dinamismo e imaginación de los grupos locales para adaptarse a las exigencias de la demanda. Turismo cultural entendido como el movimiento humano que tiene como finalidad el conocer, disfrutar, entender prácticas y patrimonios culturales de otro lugar. (Talavera, 2003).

Ecuador tiene un potencial para ser un destino turístico-cultural mundial, sin embargo, se constata que existen carencias en políticas públicas, en el marco jurídico, y que la práctica supera a la teoría alrededor del concepto del turismo cultural.

Turismo Cultural en el Ecuador.- Es una particularidad de turismo que hace empeño en aquellos aspectos culturales del país, que ofertan un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad o una región en Ecuador. En los últimos años han cobrado cierta relevancia, en aquellas zonas que han visto limitados por otros tipos de turismo sol playa, deportivo por mencionar los principales.

Este tipo de turismo precisa de recursos históricos artísticos para su desarrollo. Es más exigente y menos estacional (Joaquín S. García Marchante 2002)

EL diseño teórico de la investigación tiene como problema los limitados productos turísticos culturales que afectó el incremento de turistas en los cantones Sucre y San Vicente. Basado en el objeto es el proceso de identificación y clasificación de atractivos turísticos, por lo tanto el campo son los atractivos culturales del cantón Sucre y San Vicente, su objetivo general es analizar los atractivos turísticos culturales de los cantones Sucre y San Vicente para el desarrollo del turismo sostenible y el incremento de turistas.

Las Tareas Científicas son:

- ◆ Realizar una investigación bibliográfica que fundamente teóricamente la investigación referida al turismo cultural.
- ◆ Identificar los atractivos culturales de los cantones Sucre y San Vicente para clasificación y evaluación.
- ◆ Realizar una propuesta de una ruta o circuito turístico que permitirá la comercialización de los atractivos culturales en los cantones Sucre y San Vicente.
- ◆ Proponer acciones para incrementar el número de turistas en la zona norte de los cantones Sucre y San Vicente.

CAPITULO I

1. Marco Teórico.

1.1. Turismo sostenible en el Mundo.

Es el desarrollo de una actividad recreacional responsable, El turismo sostenible es el desarrollo de una actividad recreacional responsable, que integra ejes importantes como el de conservar los recursos naturales y culturales, sostener el bienestar local asegurando una viabilidad económica y sensibilizar a través de educación e interpretación ambiental a los visitantes y gestores de la actividad, nace así el ecoturismo como la actividad que se enfoca directamente en áreas rurales y prístinas y que por sus características, además de cumplir con los ejes de un turismo sostenible, garantizan una responsabilidad ambiental y social de los atractivos naturales y de quienes tienen la oportunidad de visitarlos. (Reyes Avila Araceli, 2002)

Según (Wall, 2018) El concepto Turismo sostenible ha pasado a ser dependiendo del contexto en el que se utilice, una ideología. Una frase política, una filosofía, un proceso o un producto.

En las últimas dos décadas se ha acentuado una creciente sensibilidad social por la calidad ambiental, pues son bien conocidos los efectos de degradación paisajística, ambiental, social y cultural que el turismo de masas ha generado a numerosas áreas del mundo.

El turismo no debe entenderse como una actividad económica aislada y que funciona de forma independiente. Por el contrario, el turismo depende de numerosos sectores de la economía que lo abastecen de bienes y servicios alimentación, transporte seguros, energía, tecnología, construcción, mobiliario, etc. Se presentan en los espacios turísticos presiones excesivas sobre el territorio y los

intereses socioeconómicos muy a menudo están enfrentados, se hace necesario un enfoque que permita la confluencia de posiciones antagónicas que contemplen la mayor parte posible de necesidades y prioridades de los agentes sociales locales y los sectores económicos. En esta medida cobra sentido la implementación de modelos de participación ciudadana como paso fundamental hacia una gestión sostenible. Los nuevos turistas buscan espacios con menor impacto sobre el medio y con una mayor integración de las características sociales y culturales locales.

Los espacios receptores buscan vías alternativas de desarrollo que permitan reducir los efectos negativos del turismo sobre el medio, que aseguren una más amplia diversidad de formas turísticas y, sobre todo, que integren de forma más armónica las necesidades del turista y de la población local. (Maximino, 2012).

Según (Reyes Ávila Araceli y Dolores Herrero, 2002) El turismo sostenible o turismo sustentable es una forma de turismo que sigue los principios de sostenibilidad. La cual el turismo sostenible es una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y cultura local, al tiempo que contribuye a generar ingresos y empleo para la población local.

1.2. Productos Turísticos Culturales.

El turismo cultural como una actividad económica basada en el uso de un recurso medioambiental y socio-culturales para atraer visitantes (Fyall y Gorrod, 1998) El consumo de productos culturales puede realizarse de forma simultánea con otras actividades tales como la gastronomía, las compras, el turismo de naturaleza, etc. Puede ser motivo principal para visitar un lugar o realizarse por añadir valor la experiencia de los visitantes, ya que su consumo se completa con el deleite de otras actividades. (Nuria Recuero Virto, Marketing, 2016)

1.2.1. Turismo cultural es una pieza clave en las actuaciones estratégicas de desarrollo territorial y económico.

- ◆ Mejorar el nivel de la vida de la población.
- ◆ Aumentar el valor de las infraestructuras.
- ◆ Posibilitar el desarrollo de diferentes negocios
- ◆ Reducir el desempleo.
- ◆ Disminuir la estacionalidad del turismo.
- ◆ Recuperar las actividades artesanales y tradicionales.
- ◆ Fomentar los proyectos de conservación.

1.2.2. El Turismo Cultural sin una planificación sostenible puede producir impactos negativos sobre las comunidades en las que se desarrolla tales como:

- ◆ Contaminación
- ◆ Superación de la capacidad de carga
- ◆ Destrucción total o parcial de los bienes patrimoniales.
- ◆ Especulación inmobiliaria y urbanización descontrolada.
- ◆ Congestión de tráfico. (Nuria Recuero Virto, Marketing de turismo cultural, 2016)

1.3. EL TURISMO CULTURAL.

1.3.1. Turismo Cultural

Todo turismo implica el consumo de los productos y de experiencias (Urry, 1990; Richards, 1996) y el turismo cultural no es diferente, los turistas quieren consumir una colección variada de experiencias culturales, para facilitar este consumo, los activos culturales del patrimonio deben ser transformados en productos culturales de turismo, el proceso de transformación hace real el potencial del activo convirtiéndolo en algo que el turista puede utilizar, este proceso de transformación,

sin embargo aborrecible para una cierta cantidad, es integral para el auge exitoso y la gestión sostenible del producto cultural turístico (Merecer y du Cros, 2002).

Para poder desarrollar un producto turístico es necesario determinar los recursos turísticos o atractivos turísticos. La Organización Mundial Turística OMT definió los recursos turísticos como “todo aquello que tenga la posibilidad de atraer a los visitantes” (OMT, 1980).

El recurso turístico está ubicado en un espacio natural o región determinada, explotado racionalmente puede ser comercializado como parte de un producto turístico, dentro de los recursos turísticos se encuentran:

- ◆ Recursos naturales: todos aquellos elementos que entran dentro de la geografía, el clima, las tierras, las aguas, lo biótico y lo abiótico, como, la flora, la fauna, los paisajes, las playas, los lagos, los ríos, el relieve, la temperatura ambiental, etc.
- ◆ Recursos socioculturales: todos aquellos elementos que han sido creados por la humanidad y que están expresados en su patrimonio material e inmaterial.

El análisis de lo relacionado con el turismo y sus modalidades, el creciente interés entre los turistas por los destinos que ofrecen atractivos culturales no escapa a los análisis de Moreno Delgado (2008; pp.37-38) reconociendo la inconformidad de los especialistas con diferentes definiciones acerca del turismo cultural, por su carácter restringido en algún caso o por ser demasiado abierta en otro, lo que presenta dificultades desde el análisis teórico para captar la riqueza y dinámica del acercamiento de los viajeros a la cultura dentro de la práctica turística actual .

No cabe la menor duda de que como en muchos otros fenómenos se pretenden definir lo amplio del tema, la diversidad de opiniones y perspectivas de lo que se entiende por cultural dificulta el acto de definir, sobre todo por las imbricaciones

entre términos estrechamente vinculados: cultura, patrimonio, turismo (Moreno Delgado, 2008; Morère, 1999).

1.4. El turismo cultural según la UNESCO.

Considerando entonces las opiniones de Morère (1999), la Conferencia Internacional de la UNESCO sobre Políticas Culturales (UNESCO, 1983), el 8º Borrador de la Carta de ICOMOS (Consejo Internacional sobre Monumentos y Sitios) (ICOMOS, 1999), que establecen definiciones de cultura y patrimonio; el trabajo de Silberberg (1995) que presenta una visión alternativa a las definiciones convencionales de turismo cultural; las clasificaciones de turistas propuestas por The Economist Intelligence Unit Limited (1993), McKercher (2002) y el propio Silberberg (1995), Moreno Delgado (2008, pp.38-41) presenta la definición que se asume aquí como turismo cultural y que expresa que es “la actividad turística en la que se produce un acercamiento total o parcial de los visitantes hacia el patrimonio cultural (material e inmaterial) a través de la gestión cultural y turística en el territorio visitado, y en el cual tiene lugar la ocurrencia de un conjunto de experiencias de diferente intensidad, de acuerdo a cuan intenso sea el encuentro entre el turista y los atractivos patrimoniales”.

Un modelo de gestión del turismo plantearía entonces como primer elemento la elección de una determinada estrategia, es decir, la elección de un mercado objetivo y la implementación de una determinada mezcla de marketing o estrategia de marketing mix con la que posicionarse de forma diferenciada en el segmento frente a destinos competidores. Luego, es necesaria la identificación de los segmentos del mercado y sus motivaciones o beneficios que se buscan con la visita al destino para dar paso al estudio de la imagen del destino base sobre la que podrán establecerse los atributos más importantes y las dimensiones de su formación, en este punto resultará relativamente fácil establecer las líneas de actuación más acertadas para influir positivamente sobre la imagen del destino, lo que se relaciona con la fase operativa del modelo de gestión e implicaría

establecer cursos de acción para la mejora de los atributos, y su significado particular en cada destino (Royo y Serarols, 2005).

La secuencia de investigar, diseñar, producir, promocionar productos turísticos culturales “implica no solo una gestión integral de carácter sostenible, sino una racionalidad programática y de inversiones que se traducen en el entendimiento, coordinación y colaboración de los diferentes actores implicados”.

1.5. Modelos de Turismo sostenible.

Según el estándar “Biosphere World Urban Destination” en el año 2013 fue otorgado por el Instituto de Turismo Responsable (ITR) y avalado por la UNESCO, la ciudad de Gijón puede presumir de seguir estando a la vanguardia del Turismo Sostenible, como reflejó Hosteltur en su listado de Destinos del siglo XXI que toman la delantera en sostenibilidad.

Tras renovar su certificado de sostenibilidad gracias a la fuerte implicación del área de Turismo de Gijón y del desarrollo de un plan de marketing llevado a cabo para dar a conocer la apuesta de la ciudad por el turismo responsable, Gijón continúa abanderando el ejemplo de una ciudad comprometida con el turismo responsable gracias a los múltiples beneficios que ofrece en materia de sostenibilidad tanto a sus visitantes como a sus propios ciudadanos y sus modelos son.

1.5.1. Cultura y Tradición.

Gijón es una ciudad con arraigados valores populares y con multitud de actividades y museos que permiten a los turistas conocer de primera mano la historia y las costumbres locales.

1.5.2. Diferenciados por la Calidad.

Premiado como el mejor destino de calidad turística en el año 2012 por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo de España y siendo reconocido de nuevo por el trabajo desarrollado durante el año 2014, Gijón trabaja basándose en

un modelo turístico diferenciado en temas de innovación, calidad y medio ambiente. (BIOSPHERE, 2015)

1.6. Beneficios del Turismo Sostenible.

Los beneficios del turismo sostenible según la organización mundial del turismo (OMT) es: “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

Gracias a la diversidad de relaciones implicadas en la actividad turística, el turismo sostenible tiene la capacidad de actuar como catalizador de cambio en el mundo, beneficiando a la lucha de causas como el hambre, la paz y seguridad, el fomento de las economías locales. Con el fin de aumentar la concienciación de la población general y de los responsables públicos y privados sobre este tema, así como para aumentar su alcance, el año 2017 ha sido designado por las Naciones Unidas como el Año Internacional de Turismo Sostenible para el desarrollo.

De esta manera, la Carta Mundial de Turismo Sostenible +20 continúa su trayectoria como vehículo del sector turístico hacia la consecución de los 17 objetivos de desarrollo sostenible de naciones unidas. Con la certificación Biosphere, el Sistema de Turismo Responsable desarrollado por el Instituto de Turismo Responsable, reconoce la apuesta por la sostenibilidad de determinados agentes y destinos turísticos, funcionando como un sistema de medición y de conducción hacia la sostenibilidad. (BIOSPHERE, 2017). De esta manera, los beneficios derivados de la práctica del Turismo Sostenible son los siguientes:

1.6.1. Beneficio Culturales.

- ◆ Genera divisas al Estado y suministra capitales a la economía local.
- ◆ El beneficio económico se destina a la conservación o al desarrollo local, distribuyéndose entre todos los agentes locales contribuyendo así, a la reducción de la pobreza.

- ◆ Induce a la planificación regional, beneficiando un desarrollo armónico e integral de todos los sectores de la economía.
- ◆ Genera consciencia de los problemas políticos, sociales y ambientales locales, favoreciendo el consumo responsable y el respeto al medioambiente.

1.6.2. Beneficios Sociales.

- ◆ Para los turistas es una experiencia significativa que enriquece, y fomenta unas prácticas turísticas sostenibles en su propio entorno.
- ◆ Requiere un seguimiento constante de sus incidencias para introducir las medidas o correctivas que resulten necesarias. De esta manera, estimula la mejoría de las infraestructuras de servicio al turismo (vías de comunicación, telecomunicaciones, agua potable, alcantarillado sanitario, recolección y deposición final de sólidos, aeropuertos.
- ◆ Promueve la restauración, conservación y uso de los yacimientos arqueológicos, monumentos arquitectónicos y cualquier obra física de interés colectivo y nacional.
- ◆ Destina parte de los beneficios a la construcción de obras de interés comunitario como escuelas, centros médicos, instalaciones deportivas, centros culturales...
- ◆ Promueve y valora las manifestaciones culturales locales, regionales y nacionales bailes, artesanía, gastronomía.
- ◆ Logra un desarrollo equilibrado con el medio ambiente, a través de los estudios de impactos ambientales y el monitoreo ambiental.
- ◆ Promueve la autoestima comunitaria.

1.6.3. Beneficios Económicos.

- ◆ Oferta, valora, preserva y genera beneficios económicos de los recursos de flora y fauna, en beneficio de las comunidades locales.
- ◆ Vigila, evalúa y gestiona los impactos que genera, desarrollando modelos de perpetuidad de su propio desarrollo.

- ◆ Reactiva las zonas rurales: relanza directa e indirectamente la economía local y aporta vida a estas zonas, cuyos habitantes se benefician de una mayor oferta de actividades y de visitantes más responsables y respetuosos con su cultura y entorno.
- ◆ Apoya los derechos humanos y los derechos del trabajador, pues se basa en el respeto a las comunidades de acogida y crea empleo de calidad.
- ◆ Mejora la calidad de vida de la población local, tanto económica como socio-culturalmente.
- ◆ Por último, el turismo sostenible potencia el consumo de productos autóctonos y naturales de las zonas en que se realiza.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT). El turismo debe tener en cuenta plenamente las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medio ambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitriona (ENTORNO TURISTICO, 2017)

1.7. Tipos de Productos Turísticos Culturales

El turismo es una forma particular del uso del tiempo libre, y una forma especial de recreación. Es una actividad relacionada con la educación, el placer, el descanso y la recreación, aunque puede estar relacionado, también, con algún otro tipo de actividad. Puede ser clasificado de diversas formas, cada una de ellas orientada a una necesidad específica e incluso, puede ser identificado en función de más de una de sus características. (PULGARÍN, 2003).

1.7.1. Cultural.

Existen diferentes tipos de productos Turísticos Culturales que esta clasificados y representados y basados en productos como:

- ◆ Histórico Histórico/Artístico.
- ◆ Monumental

- ◆ De arquitectura popular
- ◆ De exposiciones Étnico
- ◆ Étnico Folklore.

1.7.2. Productos basados en la comunidad.

Se trata de aquellos productos donde se incluye a las comunidades receptoras de turistas y se protege sus intereses y necesidades, mientras se crean mejores condiciones de vida. Ejemplo: Turismo comunitario.

1.7.3. Productos basados en la cultura.

Son aquellos donde se añaden elementos de arte como la música, el cine, museos, galerías, conciertos y las tradiciones de las comunidades locales. Se caracteriza por el razonamiento de que la cultura es más importante que el dinero o los bienes materiales.

1.7.4. Productos basados en la ecología.

Buscan la preservación y protección de los recursos naturales y las especies animales. Ejemplos de estos son los productos de ecoturismo, turismo, rural, turismo de aventura.

1.7.5. Productos basados en la seguridad y protección.

En ellos se busca evitar a toda costa el riesgo para los turistas; es decir, que tengan por ejemplo: una transportación segura, equipo de seguridad personal para actividades de riesgo, una buena descripción y guía de las actividades a realizar, intérpretes y seguro de viajero.

Según (Pulgarin, 2003) El turismo es un uso de tiempo libre y una forma especial de recreación la cual va relacionada con la educación, el placer el descanso por ende esta puede ser clasificado en diversas formas, ya que cada una de ellas es orientada a una necesidad.

1.8. Explotación de los atractivos Culturales.

La relación cultura y turismo ha formado parte de estas políticas con el objetivo de animar la actividad turística en muchas ciudades. En áreas, donde prevalece el turismo de sol y playa, lo cultural ha ido ganando espacios, aunque muchos investigadores consideran que todavía es insuficiente en el diseño y la práctica del turismo.

La cultura se está convirtiendo en motivación de viaje para los vacacionistas que arriban, a tono con la proyección del turismo hacia una mayor identificación con los valores del entorno y las expresiones culturales de cada zona geográfica, visitando su idiosincrasia y patrimonio. Proporciona entonces la reconocida riqueza cultural de una ciudad una ventaja comparativa y competitiva al poseer el potencial neceser

Yo para el desarrollo, de manera particular, de la modalidad denominada como turismo cultural.

Por otra parte, es importante considerar que el turismo cultural representa una variable estratégica e importante alternativa del desarrollo turístico, que puede contribuir a mitigar la estacionalidad del sector, uno de sus principales handicaps, y a prepararla de cara a la futura apertura de nuevos mercados.

1.8.1. Estrategia de Producto Turístico Cultural.

La prioridad para diseñar estrategias de productos turísticos culturales se dispone de unos instrumentos básicos que han de combinarse adecuadamente para conseguir los objetivos deseados. Estos instrumentos son las cuatro variables controlables por el gestor del turismo cultural: Nivel de Producto, Precio, distribución y comunicación.

Un destino turístico que quiera invertir en el desarrollo del turismo cultural debe identificar las acciones, accesos y servicios. En cuanto a los elementos de apoyo oferta cultural. (Miguel Angel Borja, 2005)

1.8.1.1. La estrategia de producto varía de acuerdo a la clasificación del producto.

- ◆ Nivel de productos (clasificación según la mezcla de bienes y servicios)
- ◆ Bien tangible puro: es la oferta de un bien tangible, sin ningún tipo de servicio asociado.
- ◆ Bien tangible con servicios anexos: se acompañan al bien con uno o más servicios.
- ◆ Híbrido: igual proporción de bienes y servicios. Servicio principal, con bienes y servicios secundarios anexos. Servicio puro: la oferta es básicamente un servicio.
- ◆ Dimensiones de un producto.

El producto turístico cultural es el conjunto de beneficios percibidos a consecuencia del consumo del bien o servicio del que se trate. Aspectos claves de los productos turísticos culturales son su dimensión intangible y su complejidad. Dicha complejidad puede ser mayor. Incluso cuando el consumidor no tiene familiaridad con un tipo de producto en concreto. (Cubillo, febrero 2014)

La prioridad para diseñar estrategias de productos turísticos culturales se dispone de unos instrumentos básicos que se combinan adecuadamente para obtener los objetivos deseados.

Por ende para invertir en un destino turístico cultural deben ser bien identificadas las acciones como los accesos y servicios.

Según (José Cubillo, 2014) las estrategias de los producto turístico cultural adquiere mayor o menor complejidad según sus características y contenido de la parte las del propio consumidor que condicionara la percusión que tenga del mismo.

Un ejemplo sería los visitantes que van a los museos y otros consumidores como los que visitan las iglesias o sus culturales de productos culturales.

1.8.2. Clasificación de los productos de acuerdo a su tangibilidad.

Esta clasificación de los productos según su durabilidad y tangibilidad, se dividen en tres tipos de productos, de acuerdo a la cantidad de veces que pueden ser usados, el tiempo que duran y su tangibilidad.

1.8.2.1. Servicios.

Son intangibles, inseparables, variables y perecederos. En consecuencia, suelen exigir un mayor control de calidad, credibilidad por parte del proveedor y adaptación a las preferencias de los consumidores, por ejemplo, el servicio de alimentos y bebidas, de hospedaje, etc.

1.8.2.2. Otros Tipos de Productos.

Otras clasificaciones de productos trascendentes en la formulación de estrategias son las siguientes (Fisher Laura, 2004).

1.8.2.3. Productos de consumo popular.

Son productos fabricados y destinados a consumidores finales sin la necesidad de un proceso industrial adicional. Se encuentran en lugares accesibles al público en general y se compran regularmente para satisfacer una necesidad; son productos destinados al mercado masivo.

1.8.2.4. Productos de impulso.

Surgen como base para dar a conocer otros productos de reciente creación y características similares; en ocasiones se hacen modificaciones a su diseño antes de su decadencia.

1.8.2.5. Productos de alta rotación.

Son los que se producen en gran cantidad, rápidamente y para una temporada corta por ejemplo, esferas navideñas, trajes de baño, tiendas de campaña, impermeables, etcétera.

1.8.2.6. Productos de media y baja rotación.

Éstos no tienen una producción masiva. La producción es baja o intermedia de acuerdo con el pedido de cada una de las empresas. Entre otros, pueden citarse mosaicos, materiales eléctricos, estambres y tornillos.

1.8.2.7. Productos de temporada.

Son aquellos que se producen como respuesta a la demanda en las diferentes épocas del año (por ejemplo, juguetes, útiles escolares, etcétera).

1.8.2.8. Productos importados.

Son productos elaborados en el extranjero, cuyo precio a veces es muy alto. (Administración de empresas turísticas, 2016)

CAPITULO II

1.-Trabajo de Campo

Para el trabajo de campo se utilizó dos instrumentos que fueron aplicados a los habitantes de las ciudades Bahía de Caráquez y San Vicente, con 67 usuarios

tomados al azar y una entrevista a un funcionario del GAD del Cantón Sucre - San Vicente. Lic. Leonardo Centeno, Ing. Paolo Rodríguez.

2 Metodología.

2.1. Método Teórico.

La modalidad de la investigación es de carácter bibliográfica y de campo, el Método teórico nos permitió recopilar de información necesaria para justificar la temática la cual se basó en la siguiente información:

Información Bibliográfica, la cual fue necesaria para sustentar el trabajo de investigación mediante las definiciones de autores de libros virtuales, artículos científicos. Google académico y entre otras fuentes que aportaron a la investigación.

2.2. Método Empírico.

2.2.1. Técnicas de recopilación de Información

En la presente investigación se realizó encuestas a los habitantes y entrevistas a funcionarios de los GAD Bahía de Caráquez y San Vicente, con el objetivo de analizar los atractivos turísticos culturales para el desarrollo del turismo sostenible y el incremento de turistas de dichas ciudades.

2.3. Población y Muestra

La población es el objetivo que se define como los visitantes de estos atractivos, como la misma no está registrada se aplicara un muestreo no probabilístico por conveniencia, por lo tanto no procede el cálculo de la muestra.

2.3.1. Muestra

Como el muestreo no es probabilístico se realizaron un total de 67 encuestas a los habitantes de ambas ciudades Bahía de Caráquez y San Vicente los resultados obtenidos se muestran a continuación.

2.4. Jerarquización

Es un cantón de la provincia de Manabí en Ecuador, tiene una población de 57.159 habitantes, su cabecera cantonal es la ciudad de Bahía de Caráquez.

Sucre tiene una extensión de 764 km². Sus límites son: al Norte con el cantón San Vicente, al sur con los cantones Portoviejo y Rocafuerte, al este con los cantones Tosagua y Rocafuerte, al oeste con el Océano Pacífico; la parroquia San Isidro se encuentra separada por el cantón San Vicente.

Tabla 2.1. -JERARQUIZACION DE BAHIA DE CARAQUEZ

PARROQUIA	NOMBRE DEL RECURSO	CATEGORIA	JERARQUIA	HABILITADO
Bahía de Caráquez	Casa Americana	Cultural	2	No
Bahía de Caráquez	Casa Velázquez	Cultural	2	No
Bahía de Caráquez	Puente los Caras	Cultural	2	Si
Bahía de Caráquez	El faro	Cultural	2	Si
Bahía de Caráquez	Mirador la Cruz	Cultural	2	No
Bahía de Caráquez	Museo Bahía de Caráquez	Cultural	2	No
Bahía de Caráquez	Fiestas de San Pedro y San Pablo	Cultural	2	P- A
Bahía de Caráquez	Cantonización del cantón Sucre	Cultural	3	P-A
Bahía de Caráquez	Iglesia la Merced	Cultural	3	Si

Fuente: Ing. Fernanda Navas/ Uleam-Ext. Bahía de Caráquez

La ciudad de Bahía de Caráquez cuenta con 7 atractivos de Jerarquía II que representa a un 86.96% y 2 atractivos de jerarquía III que representan el 13.05%, cabe destacar que la actualización de atractivos aún se encuentra en su primera fase, ya que no han sido considerados elementos de origen patrimonial,

arqueológico y gastronómico que permitan obtener mayores resultados por la falta de información, la gran mayoría de sus recursos fueron afectados por el terremoto del 16 A de 2016, el gobierno local mantiene presupuestos limitados lo que impide la puesta en valor y la reconstrucción de muchos de estos.

Tabla2.2. JERARQUIZACION DE SAN – VICENTE

PARROQUIA	NOMBRE DEL RECURSO	CATEGORIA	JERARQUIA	HABILITADO
San Vicente	Fiestas Patronales	Cultural	2	P/A
San Vicente	Iglesias Santa Rosa de Lima	Cultural	3	Si
San Vicente	Fiestas San Pedro y San Pablo	Cultural	3	P/A
San Vicente	Cerveza Artesanal Beerkingo	Cultural	2	Si

Fuente: Ing. Fernanda Navas/ Uleam-Ext. Bahía de Caráquez.

En el caso del cantón San Vicente cuenta con (2) atractivos de jerarquía II, dos (2) de jerarquía III, resumiendo el análisis de los recursos de ambos cantones se puede apreciar que posee un total de 13 recursos, 04 con categoría III, 09 con categoría II, en cuanto a su estado de los 13 existen, 04 no habilitados, 05 habilitados y 04 parcialmente (anuales).

Es importante analizar que pese a estar habilitados los recursos muchos de ellos no poseen servicios complementarios que aumenten el valor para el turista, además existen dificultades con la conservación de dichos recursos. Por otra parte la categoría mayoritaria (2,3) obliga al desarrollo de circuitos que enlacen y convienen varios atractivos, por lo tanto sería muy útil para la comercialización de los establecimientos de rutas y circuitos turísticos que contienen categoría, jerarquía y ubicación.

2.5. Análisis de los Productos Turísticos Culturales incorporados al Turismo sostenible en los cantones Sucre – San Vicente.

1.- ¿Considera usted que existen productos turísticos culturales en los cantones de Sucre y San Vicente?

Tabla #1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	22%
NO	48	72%
NO LO SE	4	6%
TOTAL	67	100%

Fuente: Excel

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

Según la encuesta de la pregunta 1, un 72% muestran que no existen productos turísticos culturales en dichos cantones ya que consideran que la información sobre ellos ha desaparecido, un 22% dice si existen productos turísticos culturales solo que no son explotados o dada la importancia que realmente necesitan por ende están desapareciendo y un 6% no tienes conocimiento si existan aquellos productos culturales en los cantones Sucre - San Vicente.

Dado los análisis de la primer encuesta podemos darnos cuenta que no existen productos turísticos culturales en dichos cantones, o quizás han desaparecido por el simple hecho de que no se habla o no hay un incentivo de darlos a conocer.

2.- ¿Cómo considera usted a los productos turísticos culturales en los cantones Sucre y San Vicente?

Tabla #2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY IMPORTANTE	60	90%
IMPORTANTE	7	10%
POCO IMPORTANTE	0	0%
NADA IMPORTANTE	0	0%
TOTAL	67	100%

Fuente: Excel

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

Con respecto a la encuesta 2, un 90% de la población muestran que son muy importante los Productos Turísticos Culturales en dichos Cantones ya que por ellos su cultura se verá conocida por turistas tanto nacional como internacional, un 10% creen q son importantes es decir saben la magnitud de importancia pero como no son explotadas y dadas a conocer creen que con existir son suficiente.

El análisis de la segunda encuesta muestra que la población tiene en claro que los productos turísticos culturales son muy importantes ya que gracias a ellos, podría existir un producto turístico más que ofertar para los destinos Sucre y San Vicente.

3.- ¿Considera usted que los productos turísticos culturales ayudaran al desarrollo del turismo sostenible en los cantones Sucre y San Vicente?

Tabla #3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY RELEVANTE	42	63%
RELEVANTE	25	37%
POCO RELEVANTE	0	0%
SIN IMPORTANCIA	0	0%
NO AYUDA	0	0%
TOTAL	67	100%

Fuente: Excel

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

Según la encuesta de la pregunta 3, un 63% de los resultados muestran que son muy relevantes los productos turísticos culturales en dichas ciudades ya que ayudarían al desarrollo del turismo sostenible y un 37% opinan que si son relevantes dichos productos culturales en los cantones Sucre y San Vicente.

Acorde a los datos obtenidos de la encuesta, refleja que es de suma importancia los productos turísticos culturales, para el desarrollo del turismo sostenible de dichos cantones, el cual ayudara a realizar una actividad que no genere mayor daño al ambiente.

4.- ¿Cuál de las siguientes manifestaciones Culturales le llama la atención en el cantón Sucre y San Vicente?

Tabla #4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
GASTRONIMIA	56	84%
IGLESIAS	6	9%
FIESTAS PATRONALES	5	7%
ARQUEOLOGIA	0	0%
LOS MONTUVIOS	0	0%
TOTAL	67	100%

Fuente: Excel

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

Según la encuesta de la pregunta 4, un 84% de los resultados, muestran que la gastronomía es lo que más llama la atención en las manifestaciones culturales, un 9% indico a las iglesias ya que por su religión se ven identificados y un 7% considera a las fiestas patronales.

Considerando los resultados de la encuesta se puede observar que la gastronomía tiene mayor influencia, de acuerdo a las diferentes manifestaciones culturales presentadas, esto se debe a la relevancia que tiene la gastronomía en la provincia que lo hace diferenciar de las demás.

5.- ¿Cuál es la importancia de la Gastronomía dentro del Turismo en el cantón de Sucre y San Vicente?

Tabla #5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY IMPORTANTE	67	100%
POCO IMPORTANTE	0	0%
NADA IMPORTANTE	0	0%
TOTAL	67	100%

Fuente: Excel.

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

Según la encuesta de la pregunta 5, un 100% muestran que la gastronomía es muy importante y fundamental dentro de estos cantones que son Sucre y San Vicente ya que por lo general en épocas de feriado el turista ante de cualquier cosa siempre está interesado en el lugar donde podrá degustar los esquisitos alimentos que se preparan.

En consideración con los datos obtenidos, se puede indicar que en su totalidad las personas consideran a la gastronomía con una importancia para el desarrollo turístico siendo un factor clave para atraer y conservar al turismo, por lo general la gastronomía manabita, se ha enmarcado por mucho tiempo como una de las mejores a nivel Nacional.

6.- ¿Cuál es la importancia del pueblo montubio en el cantón Sucre y San Vicente?

Tabla #6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY IMPORTANTE	67	100%
POCO IMPORTANTE	0	0%
NADA IMPORTANTE	0	0%
TOTAL	67	100%

Fuente: Excel.

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

Según la encuesta de la pregunta 6, un 100% muestran que el Pueblo Montubio es muy importante por sus tradiciones de estos cantones que son Sucre y San Vicente.

Mediante los datos obtenidos, indica que la cultura montubia tiene una precedencia y relevancia tanto a nivel nacional como local debido a que es considerada patrimonio intangible del Ecuador, la cual forma parte de los productos turísticos de los cantones Sucre y San Vicente

7.- ¿Cuál es la importancia de las fiestas cívicas y patronales en los cantones Sucre y san Vicente?

Tabla #7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY IMPORTANTE	67	100%
POCO IMPORTANTE	0	0%
NADA IMPORTANTE	0	0%
TOTAL	67	100%

Fuente: Excel.

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

Según la encuesta de la pregunta 7, un 100% muestran que las fiestas cívicas y patronales son muy importante dentro de estos cantones que sean Sucre y San Vicente.

Acorde a los datos proporcionados por la pregunta 7 se puede manifestar que las fiestas patronales promueven la identidad de un pueblo basado en sus tradiciones y costumbres lo cual lo hace diferente al resto de eventos que se efectúan.

8.- ¿Considera usted del GAD Sucre y San Vicente debe promocionar sus manifestaciones culturales a nivel nacional e internacional?

Tabla #8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	67	100%
NO	0	0%
TOTAL	67	100%

Fuente: Excel.

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

Según la encuesta de la pregunta 8, un 100% muestran que la Promoción de las Manifestaciones Culturales son muy importante y esencial dentro de estos cantones que son Sucre y San Vicente.

Es importante que los dos GAD promociones a sus cantones a nivel Nacional e internacional para atraer a turistas, e inversionistas que ayuden a mejorar la situación actual de los turismos de los mencionados Cantones.

9.- ¿Cree usted que se debe desarrollar un plan estratégico para incorporar las manifestaciones culturales en el turismo de cantón Sucre y San Vicente?

Tabla #9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	67	100%
NO	0	0%
TOTAL	67	100%

Fuente: Excel.

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

Según la encuesta de la pregunta 9, un 100% muestran que es muy importante desarrollar un plan estratégico para incorporar las manifestaciones Culturales dentro de estos cantones que son Sucre y San Vicente.

La planificación estratégica es un método que permite la incorporación de las manifestaciones culturales, la cual es parte de un producto turístico, la misma que es ofertada dentro de un destino, utilizando las manifestaciones culturales como producto intangible, para el gusto o afinidad de las personas que desean conocer y realizar este tipo de actividades.

10.- ¿Cree usted que los servidores turísticos deben capacitarse para informar de la manifestación cultural del Cantón Sucre y San Vicente?

Tabla#10

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	67	100%
NO	0	0%
TOTAL	67	100%

Fuente: Excel.

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

Según la encuesta de la pregunta 10, un 100% muestran que es muy importante que los servidores turísticos deban capacitarse para informar de la manifestación Cultural dentro de estos cantones que son Sucre y San Vicente.

La capacitación para mejorar la calidad del servicio es importante para brindar un servicio que satisfaga las necesidades de los consumidores o turistas, generado por las personas involucradas dentro de esta actividad, ya que la calidad del servicio es uno de los principales elementos que conforman un destino exitoso.

Análisis final:

Los resultados obtenidos en ambos cantones nos demuestran que los turistas se interesan por el turismo cultural más de un 70% y plantea que es importante; pero el 60% de los encuestados plantea que no se explotan o mal utilizan.

Por otra parte se aprecia un marcado interés por el turismo gastronómico, como parte del turismo cultural debe ser un valor añadido y sobre todo la cultura montubia.

Otro aspecto de interés es la necesidad del plan estratégico de turismo que rescate el patrimonio montubio y la gastronomía manabita, se aprecia deficiencias en la gestión de los GAD de los recursos turísticos en general y en particular del recurso cultural, las necesidades de capacitación son de mucha importancia sobre todo para directivos y funcionarios de las áreas de turismo de los GAD.

Entrevista.

Funcionarios de turismo de los GAD Sucre y San Vicente.

1 Funcionario del GAD Sucre. =1 (Ing. Paolo Rodríguez).

1 Funcionario del GAD San Vicente. =1 (Lic. Leonardo Centeno)

2.6. Análisis e interpretación de la entrevista realizada a un funcionario del GAD Sucre. Ing. Paolo Rodríguez.

El objetivo principal del trabajo es diseñar una ruta histórica cultural de los atractivos culturales de Bahía de Caráquez y San Vicente.

a.- ¿Considera que el cantón Sucre tenga atractivos turísticos culturales que puedan ser incluidos en una ruta turística histórica?

Según la opinión del funcionario afirma que el Cantón Sucre si tiene atractivos Turísticos Culturales que no han sido difundidos por ejemplo la iglesia la Meced, el Banco Central entre otros.

b.- ¿Considera usted que el cantón Sucre posee productos turísticos culturales y cuáles son?

El funcionario considera que el municipio de Sucre posee varios atractivos de orden cultural y cuenta que se ha hecho un levantamiento con el INPC un producto turístico cultural fundamental como es el tema histórico de la leyenda la “Ciudad Perdida” son muchas historias que podrían atraer al turista siempre y cuando se pueda saber explotar las hermosas historias y casas patrimoniales que tiene nuestra Bahía de Caráquez.

c.-¿Considera que la accesibilidad a estos atractivos es la adecuada?

El funcionario del GAD Sucre considera que si hay accesibilidad porque estos atractivos se encuentran dentro del perímetro rural por ende no existe dificultades al momento de ingresar a ellos.

d.-¿ Considera usted que sería posible añadirle valor a una ruta turística histórica cultural en dichos cantones.?

El funcionario considera que si se le podría añadir un valor a este circuito turístico pero depende mucho de la creación de dicho circuito, ya que se debe tener muy en cuenta muchos parámetros, porque de aquello que realicemos servirá para poder vender y explotar nuestro cantón cultural y que tenga beneficio a las personas que va a servirse de ellos en este caso los turistas, ya que esto incrementaría la afluencia de turistas nacional e internacional tanto la hospitalidad y el servicio ha ido mejorando en los últimos años por ende son elementos fundamentales que requiere el turismo cuando visita un destino, la idea cuando

llega es que pueda el mismo turista difundir de las bondades de este cantón hacia otros lugares de la patria.

e.- ¿Cómo valora el estado de conservación de dichos atractivos.?

El funcionario del GAD Sucre considera que los atractivos turísticos culturales de cantón Sucre se encuentran en buen estado de composición no habido problemas de deterioro han sido conservados.

2.7. Análisis e interpretación de la entrevista realizada a un funcionario del GAD San Vicente, Lic. Leonardo Centeno.

El objetivo principal del trabajo es diseñar una ruta histórica cultural de los atractivos culturales de Bahía de Caráquez y San Vicente.

a.- ¿Considera que el cantón San Vicente tenga atractivos turísticos culturales que puedan ser incluidos en una ruta turística histórica?

El funcionario afirma que el cantón San Vicente posee atractivos culturales Religiosos la cuales son fiestas muy populares que el municipio de San Vicente posee algunos atractivos de orden cultural.

b.- ¿Considera usted que el cantón San Vicente posee productos turísticos culturales y cuáles son?

El funcionario considera que el municipio de San Vicente posee varios atractivos de orden cultural y cuenta que se ha hecho un levantamiento con el INPC un producto turístico cultural fundamental como es el tema religioso, el mismo que es un bien cultural inmaterial, tienen algunas manifestaciones como San Vicente de Ferrer que se celebra el 5 de abril, esta fiesta involucra muchas actividades donde

se inserta a toda la población, la historia cuenta que la gente que se bañaba con el agua que era bendecida por párroco la misma tenía propiedades curativas extraordinarias, San Vicente cuenta con mitos y leyendas que son parte del atractivo hoy se construye un mirador donde se ubicara este monumento como parte de la historia de este cantón. De esta manera se genera un turismo que provoque movimiento económico y su correcta distribución entre la población que trabaja con negocios de diferente índole. La oralidad es otro aspecto que se está perdiendo mucho y se debe trabajar para que sea incorporado como otro producto cultural estrella.

c.-¿Considera que la accesibilidad a estos atractivos es la adecuada.?

El funcionario del GAD San Vicente considera que si son accesibles ya que se encuentran en el centro de la ciudad y por ende pueden ser visitados de forma inmediata sin complicación alguna de llegar a ellos.

d.-¿ Considera usted que sería posible añadirle valor a una ruta Turística histórica Cultural en dicho cantones.?

El funcionario considera que si se le puede añadir valor a un circuito histórico cultura dentro del cantón San Vicente, ya que esto incrementaría la afluencia de turistas nacional e internacional tanto la hospitalidad de su gente y el servicio ha ido mejorando en los últimos años por ende son elementos fundamentales que requiere el turismo cuando visita un destino, la idea cuando llega es que pueda el mismo turista difundir de las bondades de este cantón hacia otros lugares de la patria.

e.- ¿Cómo valora el estado de conservación de dichos atractivos.?

El funcionario considera que están en muy buena conservación ya que pese al terremoto de 16 de abril 2016, hubo pequeños daños pero que fueron y será

reconstruido ya que también hay gestiones que se encuentran en proceso por realizar pero que estos atractivos con la bendición de Dios se encuentran en perfecto estado.

Resultado:

Resumiendo el análisis de la entrevistas se puede apreciar que en ambos GAD se reconoce que hay atractivos culturales que son importantes y que están bien conservados, estos resultados difieren del criterio de los clientes, los cuales aunque reconocen la importancia de los atractivos culturales plantean que no son visibles ni accesibles, que requieren de servicios turísticos complementarios y atención prioritaria de expertos en la rama como Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, Ministerio de Cultura, entre otros.

Esto corrobora la necesidad de un trabajo sistemático, bien planificado del sector público y en especial de los departamentos de turismo de los GAD, con respecto a la gestión turística y en específico con la del turismo cultural, se requiere el liderazgo del sector público en la gestión y conservación de los recursos turísticos en cada cantón.

CAPITULO III

3 Propuesta

Diseño de una Ruta Histórica Cultural en las ciudades de Bahía de Caráquez y San Vicente.

3.1. Justificación.

3.1.1. Propuesta de la ruta histórica cultural para las ciudades de Bahía de Caráquez y San Vicente.

El presente trabajo es una propuesta significativa para ofrecer los atractivos turísticos locales, utilizando las casas y edificaciones patrimoniales y demás atractivos que lograron mantenerse de pie luego del nefasto terremoto del pasado 16 de abril 2016, el producto histórico cultural mejorará la oferta de tour y circuitos a una zona deprimida por la desaparición de locales comerciales e instituciones. Por ende es un punto de partida que servirá como base teórica y metodológica para la creación de nuevos productos turísticos enfocados en el turismo cultural de las ciudades Bahía de Caráquez - San Vicente y de esta manera contribuir a su desarrollo.

Con esta ruta histórica cultural se procura tener una alternativa que realce, fortalezca y diversifique la oferta turística de dichos cantones, el cual requiere de un sistema turístico integrado, complementado por varios elementos que cubran y satisfagan todas las necesidades del turista, esto implica un mejoramiento en los servicios básicos y otros factores que intervienen en la calidad de vida de la localidad, que sirva como una base para el diseño de un producto turístico operativo con características particulares, ya que en la actualidad no existe una oferta de tipo cultural bien definida e integrada que permita mostrar todo el potencial y que contribuya a la preservación de la identidad cultural.

3.2. Objetivos


3.2.1. Objetivo general.

Elaborar una ruta histórica cultural que enlace los atractivos turísticos para el impulso del turismo sostenible en las ciudades de Bahía de Caráquez y San Vicente.

3.2.2. Objetivos Específicos.

- ◆ Diseñar una ruta histórica cultural donde los visitantes harán el recorrido por las ciudades de Bahía de Caráquez y San Vicente conociendo todos los atractivos culturales que tienen.
- ◆ Priorizar la conservación de los recursos y atractivos turísticos en ambas ciudades ya que tuvieron afectaciones provocadas por el terremoto del 16 de abril del 2016 y desarrollar un mantenimiento sistemático de dichos recursos y atractivos.
- ◆ Incrementar el papel protagónico del sector estatal en la gestión turística a partir de planificación, el liderazgo de las direcciones de turismo y de la capacitación de funcionarios y prestador de servicios.

3.3. Productos turísticos que tienen que ser promocionados. Ficha de Identificación de Atractivos Turísticos #1

Nombre	Casa Americana
Categoría	Manifestación Cultural
Descripción:	
Casa Americana empezó en 1860 y finalizó 1877, en principio fue una casa familiar, pero después debido al desarrollo de la urbe fue adecuada para oficinas de lo que entonces se denominaba como agencia consular de Estados Unidos.	
Ubicación: avenida Simón Bolívar y calle arena y checa.	
Fotografía:	

Jerarquización

2

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

Ficha de Identificación de Atractivos Turísticos #2

Nombre	Faro
Categoría	Manifestación Cultural
Descripción:	
El Faro de Bahía es un ícono que representa parte de la historia local y que "observa" desde su ubicación el paso del tiempo de la urbe y de sus habitantes	
Ubicación: calle ciudad de Bahía	
Fotografía:	

Jerarquización
2

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

Nombre	Casa Velásquez
Categoría	Manifestación Cultural
Descripción:	
La casa Velásquez es una de las primeras casas en construidas en Bahía de Caráquez, por ende esta catalogada como una casa patrimonial por su infraestructura y ser elaborada con madera pambil y de guayacán.	
Ubicación: esta ubidaca en el barrio San Roque	
Fotografía:	

Ficha de Ide

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

Ficha de Identificación de Atractivos Turísticos #4

Nombre	El puente "LOS CARAS"
Categoría	Manifestación Cultural
Descripción:	
El puente "LOS CARAS" sobre el estuario del río Chone que conecta los cantones Bahía de Caráquez y San Vicente.	
Ubicación: En la cuenca de drenaje del Río Chone donde asientan numerosas poblaciones como: Chone, Calceta, Junín, Tosagua, Bahía de Caráquez y San Vicente.	
Fotografía:	

Jerarquización
2

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

Ficha de Identificación de Atractivos Turísticos #5

Nombre	Mirador la Cruz
Categoría	Manifestación Cultural
Descripción:	
Es una cruz de 18 metros de altura con gradas metálicas en su interior. Posee un patio de comidas, baños y cabinas telefónicas. Está en la parte superior de la ramificación de la Cordillera del Bálsamo, desde donde se observa el Océano Pacífico, los acantilados de Canoa, San Vicente y el estuario de río Chone.	
Ubicación: Bahía de Caráquez, Manabí	
Fotografía:	

Jerarquización
2

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

Ficha de Identificación de Atractivos Turísticos #6

Nombre	Museo Bahía de Caráquez
Categoría	Manifestación Cultural
Descripción:	
Es considerado como uno de los mejores museos arqueológicos del Ecuador, en su interior se exhibe la muestra arqueológica permanentemente orígenes de nuestras culturas.	
Ubicación: Bahía de Caráquez, avenida Simón Bolívar y calle checa.	
Fotografía:	

Jerarquización
2

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

Ficha de Identificación de Atractivos Turísticos #7

Nombre	Fiestas San Pedro y Pablo
Categoría	Manifestación Cultural
Descripción:	
Se celebra la fiesta folklórica de San Pedro y San Pablo, la comunidad designa a los personajes más adinerados del lugar para que ocupen los cargos propios de un gabinete. Los miembros de los gobiernos deben financiar los bailes públicos y particulares, así como la comida y bebida durante los tres días de la celebración.	
Ubicación: Bahía de Caráquez.	
Fotografía:	

Jerarquización

2

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

Ficha de Identificación de Atractivos Turísticos #8

Nombre	Cantonización Sucre
Categoría	Manifestación Cultural
Descripción:	
El cantón sucre fue canonizada por el decreto legislativo del 3 de noviembre de 1875, en circunstancias en que el Dr. José Gabriel Eguiguren actuaba como Encargado del Poder, luego del Asesinato de García Moreno, ocurrido tres meses antes.	
Ubicación: Bahía de Caráquez.	
Fotografía:	

Jerarquización

3

laborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes

Ficha de Identificación de Atractivos Turísticos#9

Nombre	Fiestas Patronales de San Vicente
Categoría	Manifestación Cultural
Descripción:	
Las fiestas Patronales, empiezan con un desfile en la mañana por las principales calles de la ciudad en estas se celebra un año mas de cantonización	
Ubicación: San Vicente.	
Fotografía:	

Jerarquización

2

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

Ficha de Identificación de Atractivos Turísticos #10

Nombre	Fiestas San Pedro y Pablo
Categoría	Manifestación Cultural
Descripción:	
Se celebra la fiesta de San Pedro y San Pablo, la comunidad designa a los personajes más adinerados del lugar para que ocupen los cargos propios de un gabinete. donde autoridades de la Parroquia y los sacerdotes nombran a los gobiernos negros y blancos quienes organizan eventos sociales, culturales y deportivos para el deleite de todas y de todos, turistas y	
Ubicación: San Vicente.	
Fotografía:	

Jerarquización

3

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes

Ficha de Identificación de Atractivos Turísticos #11

Nombre	Iglesia Santa Rosa de Lima
Categoría	Manifestación Cultural
Descripción:	
Desde su nacimiento como parroquia, San Vicente tuvo una de las primeras edificaciones que fue la iglesia que lleva por nombre Santa Rosa, esta edificación se ha convertido en la iglesia más antigua de toda la provincia de Manabí, pues tiene 154 años de creación.	
Ubicación: San Vicente.	
Fotografía:	

Jerarquización

3

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

En la Guía Metodológica las jerarquías corresponden a un proceso de revisión de los criterios propuestos por la OEA en la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos del MINTUR 2004 y adaptado a los criterios del Índice de Competitividad Turística para ello se aplican los siguientes aspectos a considerar: Las jerarquías se pueden asignar tanto a los atractivos en oferta real, como a los que no están en operación, para la jerarquización la demanda es genérica (interna, emisor, receptor – nacional/extranjero) y aquellos atractivos que no alcancen a una calificación mínima serán considerados como “recurso turístico”. Para la asignación de jerarquías los elementos naturales y culturales son evaluados mediante los criterios de valoración que se encuentran detallados en la ficha de jerarquización, a su vez se les asigna una ponderación que define el

rango de calificación de dichos elementos y que gracias a esto se puede diferenciar un recurso de un atractivo. (Navas, 2018)

3.4. Antecedentes históricos del cantón Sucre.

Bahía de Caráquez, ciudad ecológica y patrimonial considerada como uno de los principales destinos turísticos de la costa Ecuatoriana, es una de las urbes mayormente afectada por el último terremoto del pasado 16 de Abril del 2016, movimiento telúrico que destruyó un 95% la infraestructura de los diferentes servicios turísticos que se ofertaban a la demanda nacional e internacional.

Cabe destacar que esta ciudad como puerto a inicios del siglo XIX fue una ventana abierta a las diferentes corrientes migratorias que se daban en tiempos de las crisis y guerras en el viejo continente por tal razón es merecedor decir que la actividad turística siempre ha estado presente en el desarrollo socio económico de la sociedad Caraquense.

El turismo en el cantón Sucre tuvo su apogeo a mediados de los años 90, en donde gracias al desarrollo arquitectónico y urbanístico de su cabecera cantonal, adquirió renombre y un gran movimiento turístico, casi en paralelo el desarrollo del turismo en los balnearios de San Clemente y San Jacinto, La apertura del Puente Los Caras y la construcción de la ruta del Spondylus en la E15 dinamizaron el sector turístico del cantón Sucre y en general del país y se observan excelentes perspectivas de crecimiento del sector turístico, al tiempo de exigir el mejoramiento de la infraestructura y potenciar el talento humano de los negocios turísticos.

3.5. Antecedentes históricos del cantón San Vicente.

El cantón San Vicente es una desmembración del territorio del cantón Sucre, lo que fue parte del asentamiento de los Caras, cultura que se desarrolló entre los años 700 y 800 después de Cristo, debe su nombre a la creencia popular de sus aguas saludables curaban dolencias de la gente y sus habitantes asociaron esta manifestación con San Vicente Ferrer.

Uno de los barrios más antiguos de San Vicente es el sitio Los Perales, el mismo que toma su nombre de un combate de la época Floreana en 1832 entre unos 150 soldados sublevados en Latacunga y al mando de los hermanos Sargento Perales y el General Juan Otamendi.

Fue elegida como una parroquia rural el 29 de mayo de 1907, San Vicente es elegida parroquia rural con los recintos Briceño, Rosa Blanca y Selva Alegre (hoy desaparecida) siendo su primer Teniente Político el señor Leónidas Vega Lozano, en casa de dicho personero se realizó el primer acto solemne, donde la ciudadanía firmó un acta.

Sus habitantes se dedicaron al cultivo de la palma de coco, motivo que le permitió ser uno de los balnearios más pintorescos de la costa Ecuatoriana, lamentablemente por los años 20, el gusano destructor de la gualpa terminó con éste cultivo una de las riquezas naturales de nuestro pueblo.

luego de haber pasado 92 años con la categoría de parroquia del cantón Sucre, un 16 de noviembre del año 1999 San Vicente fue elevado a cantón y luego de las elecciones populares el 21 de mayo del 2000 se conformó el primer consejo cantonal y fue elegido como primer Alcalde de este novel Cantón el Doctor Omar Hurtado Bravo.

El proyecto de su cantonización fue presentado en 1995, pero fue objetado por el presidente Sixto Durán-Ballén, cuatro años más tarde el 16 de noviembre de 1999- el Congreso decretó su cantonización definitiva, que fue publicada en el Registro

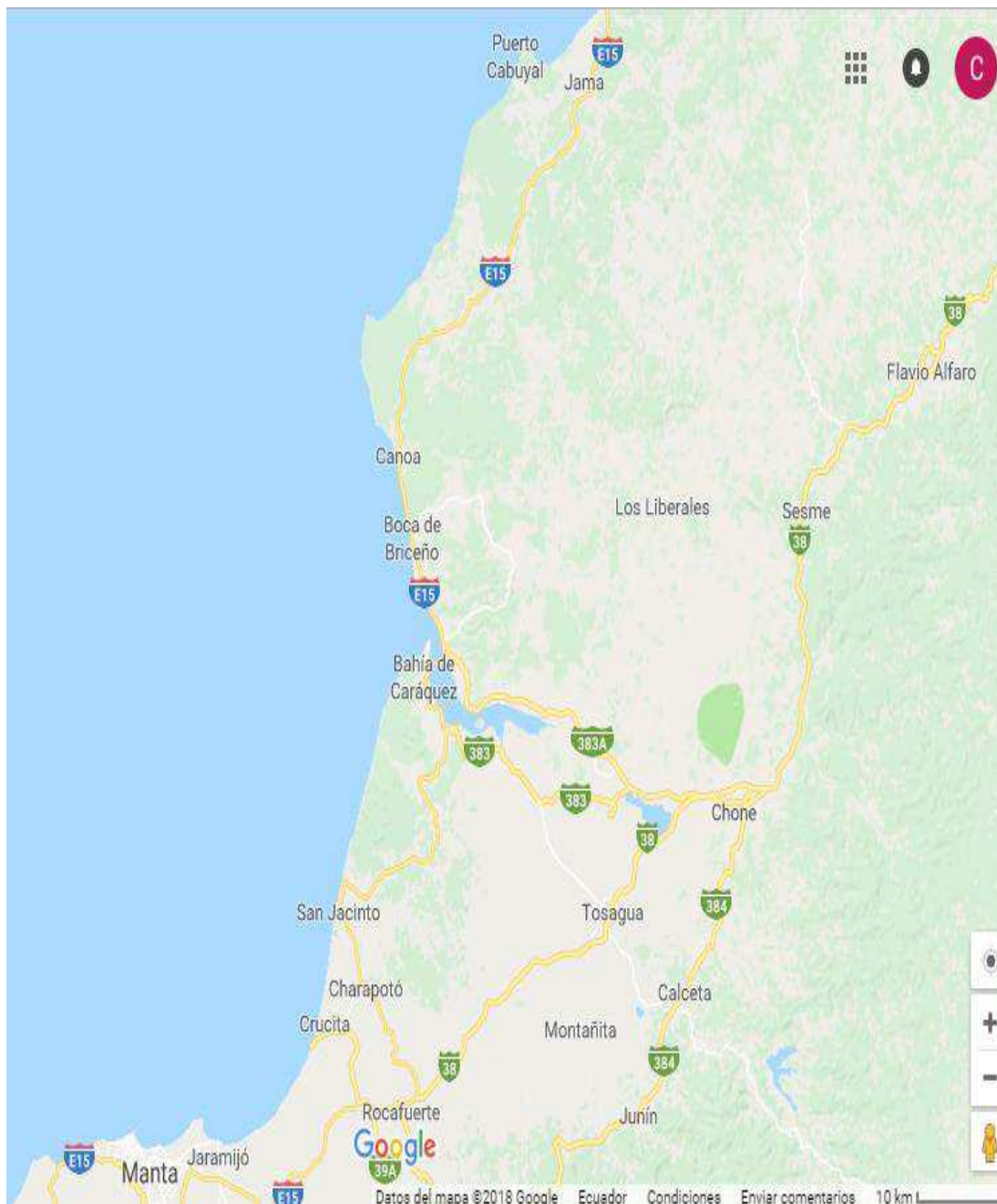
Oficial No. 325 del 24 del mismo mes y año, integrándolo además con la parroquia rural Canoa.

Tiene como patrono a San Vicente de Padua, basa su economía en la agricultura, la ganadería y la pesca, actividad que se ha diversificado en los últimos años con el desarrollo de la acuicultura.

La provincia de Manabí es uno de las regiones más representativas del país, catalogándolo como uno de los lugares preferidos por turistas nacionales y extranjeros por la amplia gama de atributos como: diversidad de paisajes, balnearios, cultura y gastronomía, cuenta con 350 km de extensión de franja costera con un alto valor biológico y ciudades importantes con características patrimoniales y culturales propias del entorno. Los cantones Sucre, San Vicente, forman parte de la oferta turística de la provincia, su difusión está enfocada en sus balnearios como atractivos principales del litoral Pacífico y las zonas rurales que contemplan espacios naturales, patrimonio arqueológico, antropológico y gastronómico.

Las condiciones del espacio geográfico son privilegiadas tanto así que las desembocaduras, estuarios, islotes y rocas se han convertido en parte de una atracción turística, al año 2018 la zona norte cuenta con recursos, atractivos turísticos y servicios turísticos complementarios que han permitido retomar la actividad turística tras dos años del terremoto, entre los atractivos más representativos encontramos, El Faro, Mirador de la Cruz, entre otros. Bajo este contexto ha sido importante clasificar y valorar los recursos y atractivos turísticos porque nos permite definir las condiciones actuales y aplicar los criterios de ponderación para la actualización de la oferta turística y tomar medidas correctivas frente a las necesidades y carencias para una mejor planificación territorial turística local, el resultado de este trabajo a mediano plazo se verá reflejado en las nuevas propuestas público – privadas para crear productos turísticos.

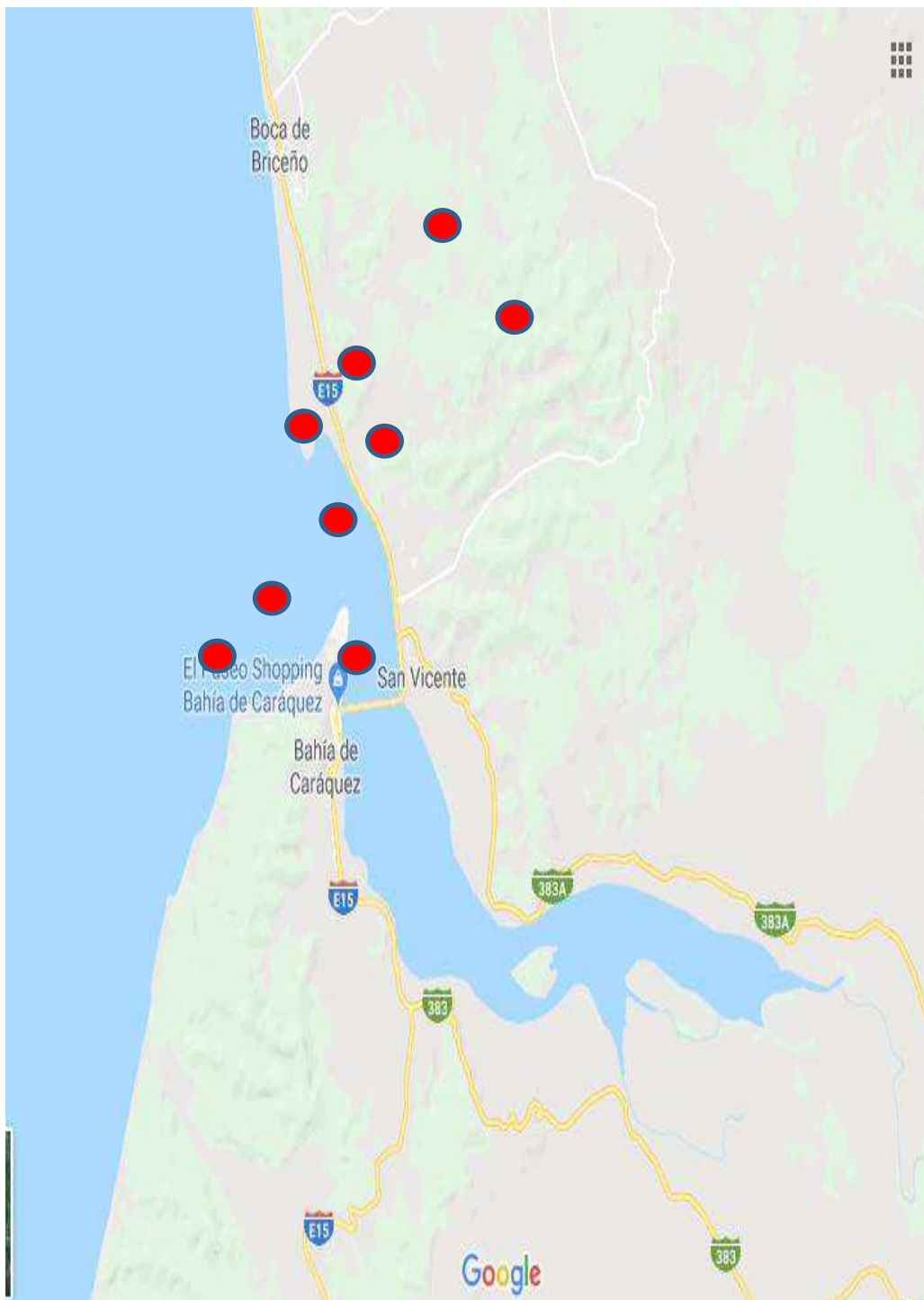
3.6. Mapa De Localización de la Ruta Histórica – Cultural



Fuente: Google map.

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

3.7. Micro localización Manabí- Sucre -San Vicente



Fuente: Google map.
Elaborado: Tac

uri Caisaguano María Mercedes.

Manabí es una provincia con una riqueza histórica cultural, que según los expertos es simplemente incontable que tal vez nunca se conocerá la totalidad de lo que sucedió aquí hace cientos de años, pero actualmente se observa en excelentes exhibiciones museográficas, piezas que pueden contar con mayor amplitud la dinámica de estas sociedades, su tecnología, en el barro, metalurgia, agricultura, organización etc.

3.7.1. Actividades de implementación de la ruta histórica cultural

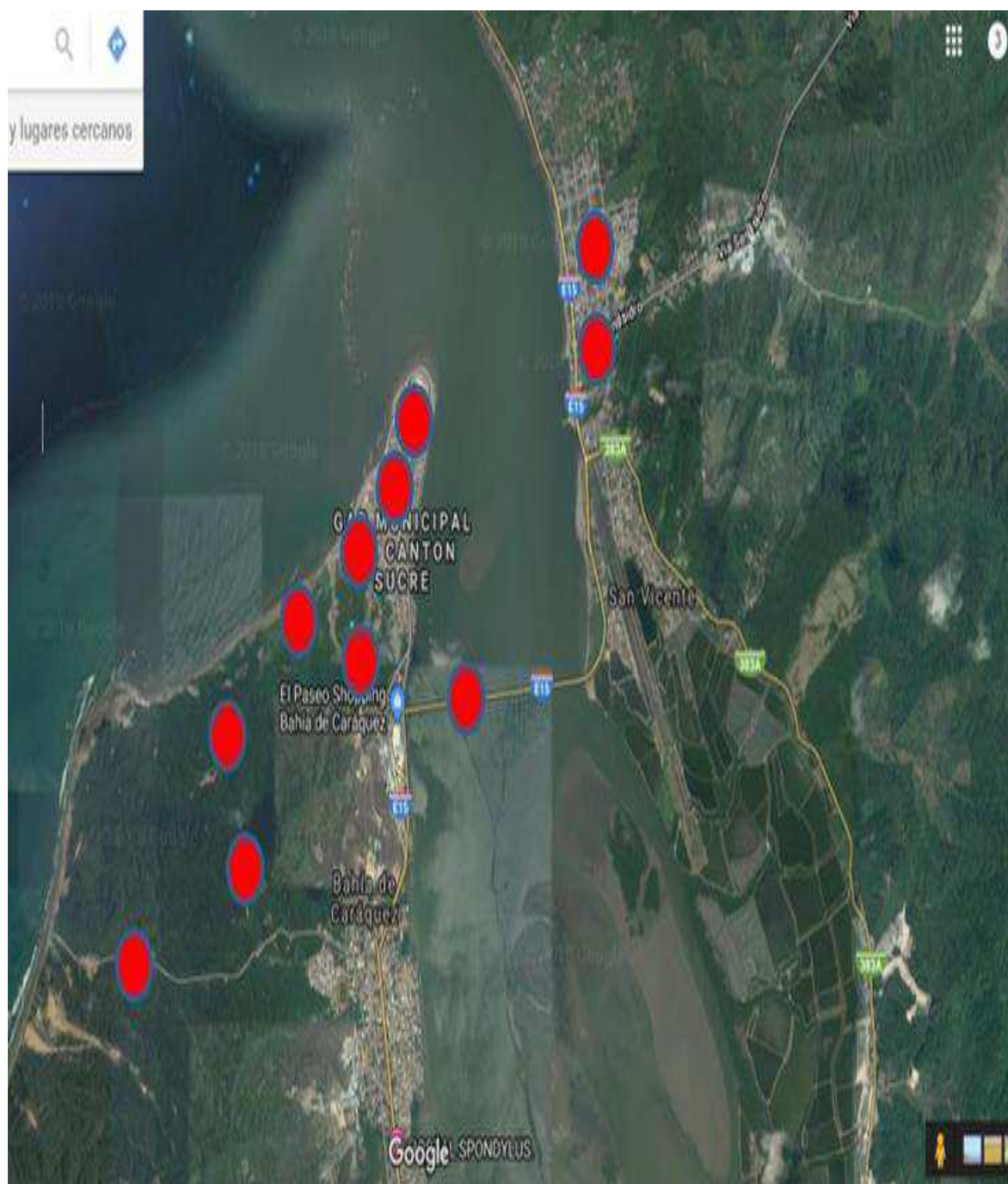
Se diseñaron 3 estrategias para poder cumplir los objetivos específicos de la implementación de la ruta de casas y edificaciones patrimoniales, en la ciudad de Bahía de Charques y San Vicente como fomento al turismo sostenible.

El proceso de recopilación de información ayudara a la creación de un manual para el guía, el mismo que es una ayuda fundamental para contar la historia de cada una de estas casas y edificaciones.

3.7.2. Factibilidad.

Para la implementación de la ruta histórica Cultural, se requiere de su proceso de factibilidad, lo que conlleva a un estudio técnico en el proceso de capacitación con información especializada en Turismo Cultural de dichas ciudades, como el aporte a la oferta de nuevos productos turísticos que tanto le hace falta a la ciudad patrimonial que en su momento fue reconocida.

3.8. Mapa de Recorrido.



Fuente: Google map.

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

3.9. Listado de las casas y edificaciones patrimoniales seleccionadas para el recorrido.

- ◆ Casa Americana
- ◆ Museo de Bahía
- ◆ Iglesia la Merced
- ◆ Casa Velásquez.
- ◆ Faro de Bahía de Caráquez.
- ◆ Mirador la Cruz.
- ◆ Puente los Caras.
- ◆ Iglesia Santa Rosa de Lima.

3.10. Modelo de programa excursión para un día oferta.

3.10.1. Descripción de la ruta histórica cultural.

9h00	Charla informativa – introducción
9h15	Explicación del recorrido histórico Cultural.
9h30	Salida recorrido casas y edificaciones patrimoniales inicio recorrido Casa Americana.
9h45	Casa Americana
	Siguiente parada Museo de Bahía de Caráquez
10h30	Siguiente parada Casa Velasco - Museo
	Siguiente parada Faro de la piedra.
11h00	Visita Faro de la piedra
12h30	Almuerzo Restaurante De camarón
13h30	Recorrido por el Puente los Caras.
14:30	Siguiente para Iglesia Santa Rosa(San Vicente)
15:00	Fin de recorrido.

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

3.11. Programa genérico precios

3.11.1. La Ruta Histórica- Cultural.

1 Día excursión Programa	Número de PAX (Latinoamericanos)					
	1	2	3	4	10	16
Precio Neto/Persona	\$40	\$35	\$35	\$25	\$20	\$18

Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes.

Los precios incluye recorrido por casas y edificaciones patrimoniales, paseo en triciclos o carros ecológicos, almuerzo de marisco restaurante D, Camarón. No incluye bebidas adicionales o con licores.

3.12. Beneficiarios

- ◆ Los beneficiarios principales serían los pobladores de la zona rural de los sitios por donde se realiza el tour.
- ◆ Estudiantes de escuelas, colegios, universidades, comunidades locales, que deseen involucrarse en la actividad del turismo de conservación.
- ◆ La población del cantón Sucre y San Vicente con sus respectivas operadoras de turismo y los servidores turísticos locales.
- ◆ Los gestores responsables de la actividad turística que se empieza con una operación de recorrido por lugares antes no mencionados en el turismo del cantón Sucre - San Vicente.
- ◆ Las comunidades por donde pasara el recorrido que será tomado como referencia para su visita.

CONCLUSIONES

- ◆ Se analizaron los atractivos culturales de las ciudades Bahía de Caráquez y San Vicente.
- ◆ La guía de análisis de los recursos turísticos culturales están en correspondencia con la revisión bibliográfica realizada.
- ◆ Se identificaron los recursos culturales que están habilitados y la jerarquía obsila entre 2 y 3; en ambas ciudades.
- ◆ Se evaluó los estados de conservación de los recursos.
- ◆ Se realiza una propuesta para mejorar la gestión de los recursos y atractivos turísticos en ambos cantones.
- ◆ Se realiza la propuesta de una ruta histórica cultural que permitirá la comercialización de los atractivos culturales y se propiciaron acciones para incrementar el número de turistas que visiten los productos culturales de los cantones Sucre y San Vicente.

RECOMENDACIONES.

- ◆ Se recomienda a los GAD tomar la propuesta realizada como guía para su programa de mejora.
- ◆ Diseñar un plan estratégico de capacitación en servicio al cliente con guías especializados en historia, para que el servicio sea complementario para el turista que llega a dichas ciudades.
- ◆ Esta ruta histórica cultural está enfocada para el aporte significativo al turista que visite dichas ciudades, ya que su potencial se encuentra más enfocado al destino sol, playa, dejando a un lado otros atractivos fundamentales que son los culturales.

BIBLIOGRAFÍA

- BIOSPHERE.* (13 de Mayo de 2015). Obtenido de <https://www.biospheretourism.com/es/blog/22-ejemplos-de-turismo-sostenible-para-entender-el-turismo-sostenible/2>
- Administraion de empresas turisticas.* (16 de Marzo de 2016). Obtenido de Administraion de empresas turisticas: <http://administracion.realmexico.info/2013/06/clasificacion-de-productos-segun-su.html>
- Asociación Geoinnova.* (2017). Obtenido de https://geoinnova.org/turismo-sostenible/?gclid=Cj0KCQjwx43ZBRCEARIsANzpb8SWtZ78TiRk6BNd51o2tg7cBLp2ISUUsud7SjBDD-p8X-Loih1vt0aAvPOEALw_wcB
- BIOSPHERE.* (17 de Febrero de 2017). Obtenido de BIOSPHERE: <https://www.biospheretourism.com/es/blog/22-beneficios-del-turismo-sostenible/94>
- ENTORNO TURISTICO.* (2017). Obtenido de ENTORNO TURISTICO: <https://www.entornoturistico.com/10-tipos-de-productos-turisticos-que-buscan-los-nuevos-turistas/>
- Arte, C. N. (s.f.). *cultura gob* . Obtenido de Proyectos de Turismo Cultural Sustentable: <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>
- Cubillo, J. M. (febrero 2014). *Estrategias de Productos*. España: Esic.
- Geoinnova, A. (2009). *formación y educación ambiental*. Obtenido de <https://geoinnova.org/turismo->

- sostenible/?gclid=Cj0KCQjwx43ZBRCEARIsANzpz8SWtZ78TiRk6BNd51o2tg7cBLp2ISUUsud7SjBDD-p8X-Loih1vt0aAvPOEALw_wcB
- Juan y Iglesias, R. ., (2006). *Turismo, Cultura y Desarrollo* . Obtenido de Turismo, Cultura y Desarrollo : https://www.oei.es/historico/cultura/derechos_autor.htm
- Marchante, J. S. (2002). *Turismo Cultural*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=8_nfnBp4Rg4C&printsec=frontcover&dq=TURISMO+CULTURAL&hl#v=onepage&q=TURISMO%20CULTURAL&f=false
- Maximino, J. M. (10 de Agosto de 2012). *Agenda 21*. Obtenido de <https://agrotravelturismoresponsable.wordpress.com/2012/10/08/turismo-y-desarrollo-sostenible-agenda-21/>
- Mejia. (2014). *Patrimonio Cultural* . Obtenido de <http://terryconsultores.com/2018/01/06/el-patrimonio-cultural-como-producto-turistico/>
- Miguel Angel Borja, C. S. (2005). *Estrategia de Productos Culturales*. Cuenca: Universidad de Catilla la Mancha.
- Nuria Recuero Virto, J. G. (2016). *Marketing*. Madrid: ESIC.
- Nuria Recuero Virto, J. G. (2016). *Marketing de turismo cultural*. Madrid: ESIC.
- PULGARÍN, E. A. (10 de Agosto de 2003). *Tipos de Turismo Cultural*. Obtenido de Tipos de Turismo Cultural: https://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/clases_de_turismo_sostenible_desarrollo_hotelero.html
- Reyes Avila Araceli, D. H. (2002). *Turismo Sostenible*. España: Iepala.
- Talavera, A. S. (20 de agosto de 2003). *El patrimonio cultural como producto turístico*. Obtenido de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832003000200003
- Vall, D. W. (15 de mayo de 2018). Turismo Cultural. (M. Tacuri, Entrevistador)

- e/?gclid=Cj0KCQjwx43ZBRCEARIsANzpb8SWtZ78TiRk6BNd51o2tg7cBLp2ISUU
 sud7SjBDD-p8X-Loih1vt0aAvPOEALw_wcB
- BIOSPHERE. (17 de Febrero de 2017). Obtenido de BIOSPHERE:
<https://www.biospheretourism.com/es/blog/22-beneficios-del-turismo-sostenible/94>
- ENTORNO TURISTICO. (2017). Obtenido de ENTORNO TURISTICO:
<https://www.entornoturistico.com/10-tipos-de-productos-turisticos-que-buscan-los-nuevos-turistas/>
- Arte, C. N. (s.f.). *cultura gob* . Obtenido de Proyectos de Turismo Cultural Sustentable: <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>
- Cubillo, J. M. (febrero 2014). *Estrategias de Productos*. España: Esic.
- Geoinnova, A. (2009). *formación y educación ambiental*. Obtenido de https://geoinnova.org/turismo-sostenible/?gclid=Cj0KCQjwx43ZBRCEARIsANzpb8SWtZ78TiRk6BNd51o2tg7cBLp2ISUUusud7SjBDD-p8X-Loih1vt0aAvPOEALw_wcB
- Juan y Iglesias, R. . (2006). *Turismo, Cultura y Desarrollo* . Obtenido de Turismo, Cultura y Desarrollo : https://www.oei.es/historico/cultura/derechos_autor.htm
- Marchante, J. S. (2002). *Turismo Cultural*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=8_nfnBp4Rg4C&printsec=frontcover&dq=TURISMO+CULTURAL&hl#v=onepage&q=TURISMO%20CULTURAL&f=false
- Maximino, J. M. (10 de Agosto de 2012). *Agenda 21*. Obtenido de <https://agrotravelturismoresponsable.wordpress.com/2012/10/08/turismo-y-desarrollo-sostenible-agenda-21/>
- Mejia. (2014). *Patrimonio Cultural* . Obtenido de <http://terryconsultores.com/2018/01/06/el-patrimonio-cultural-como-producto-turistico/>
- Miguel Angel Borja, C. S. (2005). *Estrategia de Productos Culturales*. Cuenca: Universidad de Catilla la Mancha.

Nuria Recuero Virto, J. G. (2016). *Marketing*. Madrid: ESIC.

Nuria Recuero Virto, J. G. (2016). *Marketing de turismo cultural*. Madrid: ESIC.

PULGARÍN, E. A. (10 de Agosto de 2003). *Tipos de Turismo Cultural*. Obtenido de Tipos de Turismo Cultural: https://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/clases_de_turismo_sostenible_desarrollo_hotelero.html

Reyes Avila Araceli, D. H. (2002). *Turismo Sostenible*. España: Iepala.

Talavera, A. S. (20 de agosto de 2003). *El patrimonio cultural como producto turístico*. Obtenido de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832003000200003

ANEXOS A.

1.-Considera usted que existen productos turísticos culturales en los cantones de Sucre y San Vicente.

SI _____
NO _____
NO LO SE _____

2.-Como considera usted los productos turísticos culturales en los cantones Sucre y San Vicente.

MUY IMPORTANTE _____
IMPORTANTE _____
POCO IMPORTANTE _____
NADA IMPORTANTE _____

3.-Considera usted que los productos turísticos culturales ayudaran al desarrollo de un turismo sostenible en los cantones Sucre y San Vicente.

MUY RELEVANTE _____
RELEVANTE _____
POCO RELEVANTE _____
SIN IMPORTANCIA _____
NO AYUDA _____

4.- Cual de las siguientes manifestaciones Culturales le llama la Atención en el Cantón Sucre y San Vicente.

Gastronomía ____ Iglesias ____ Fiestas Patronales ____
San Pedro San Pablo ____ Arqueología ____ Los montubios ____

5.- Cual es la importancia de la Gastronomía de Sucre y San Vicente para el Turismo.

MUY IMPORTANTE _____
POCO IMPORTANTE _____
NADA IMPORTANTE _____

6.-Cual es la importancia del pueblo montubio del pueblo Sucre y San Vicente.

MUY IMPORTANTE _____
POCO IMPORTANTE _____

NADA IMPORTANTE _____

7.-Cual es la importancia de las fiestas cívicas y patronales en los cantones Sucre y san Vicente.

MUY IMPORTANTE _____

POCO IMPORTANTE _____

NADA IMPORTANTE _____

8.- Considera usted del GAD Sucre y San Vicente debe promocionar sus manifestaciones Culturales a nivel Nacional e Internacional.

SI _____

NO _____

9.-Cree usted que se debe desarrollar un plan estratégico para incorporar las manifestaciones Culturales en el turismo de Sucre y San Vicente.

SI _____

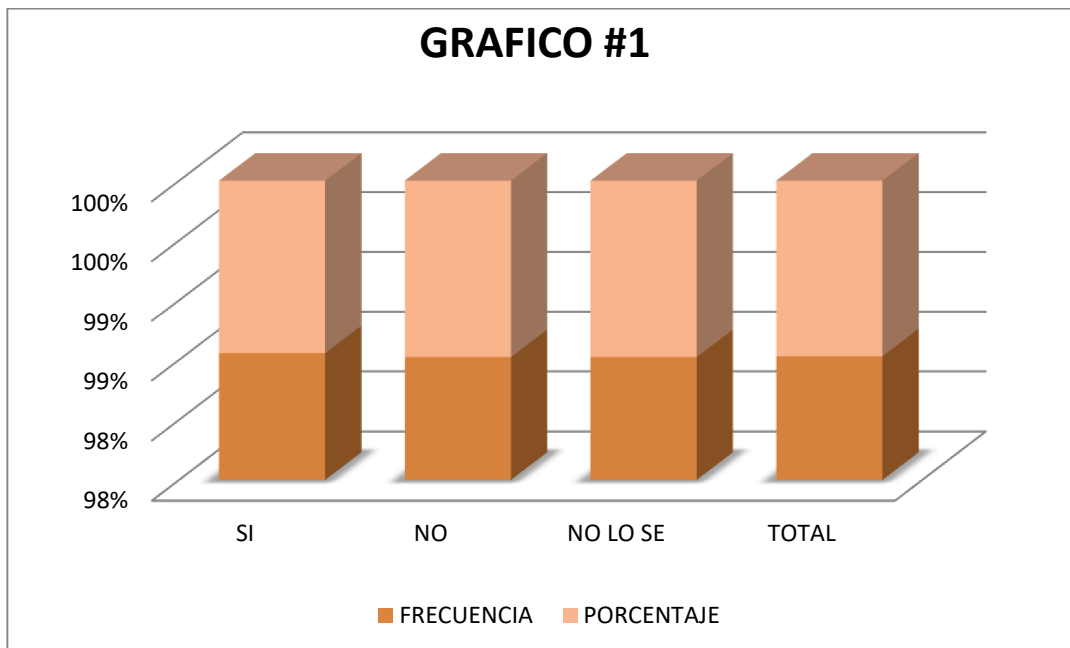
NO _____

10.- Cree usted que los servidores turísticos deben capacitarse para informar de la manifestación de Sucre y San Vicente.

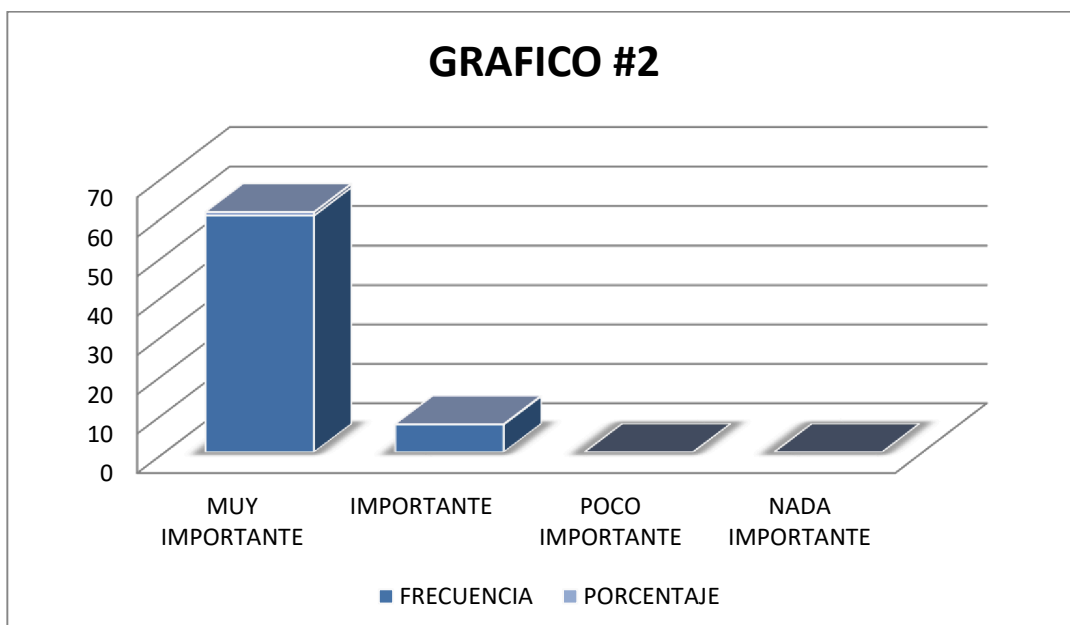
SI _____

NO _____

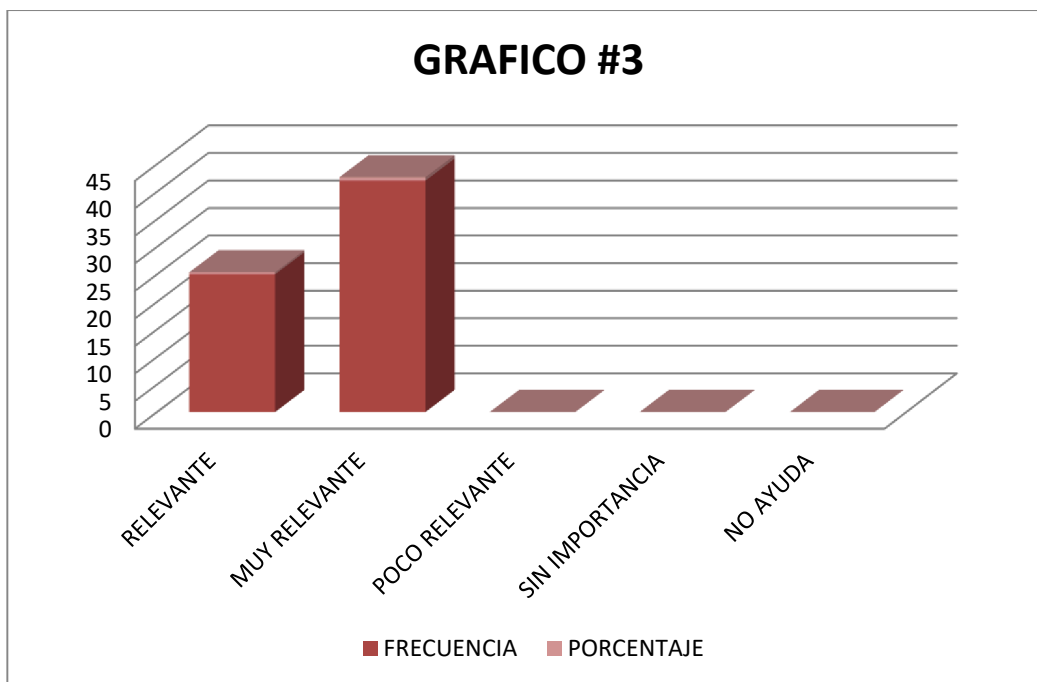
ANEXO B



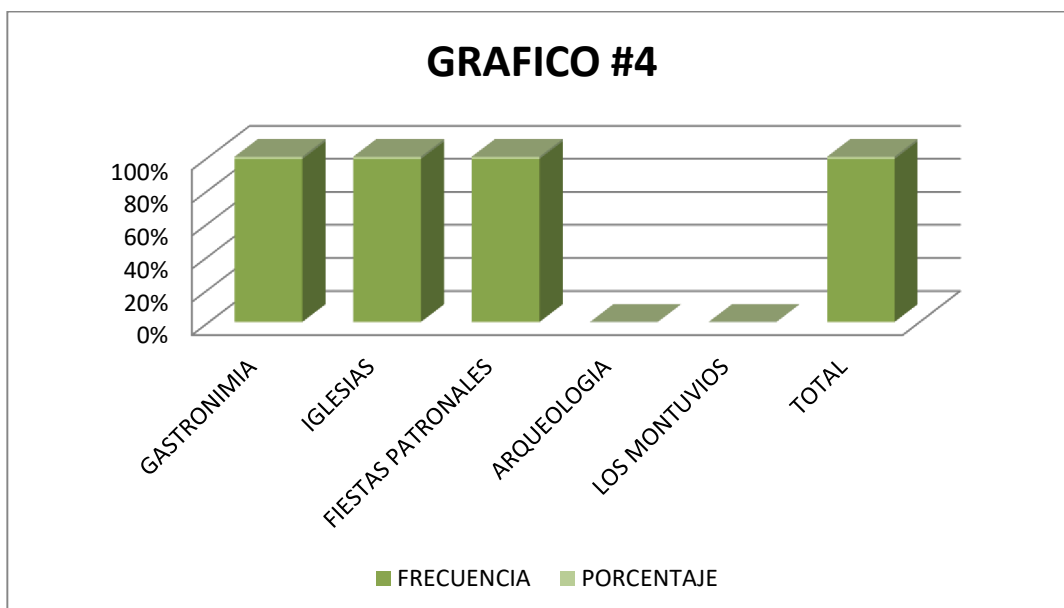
Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes



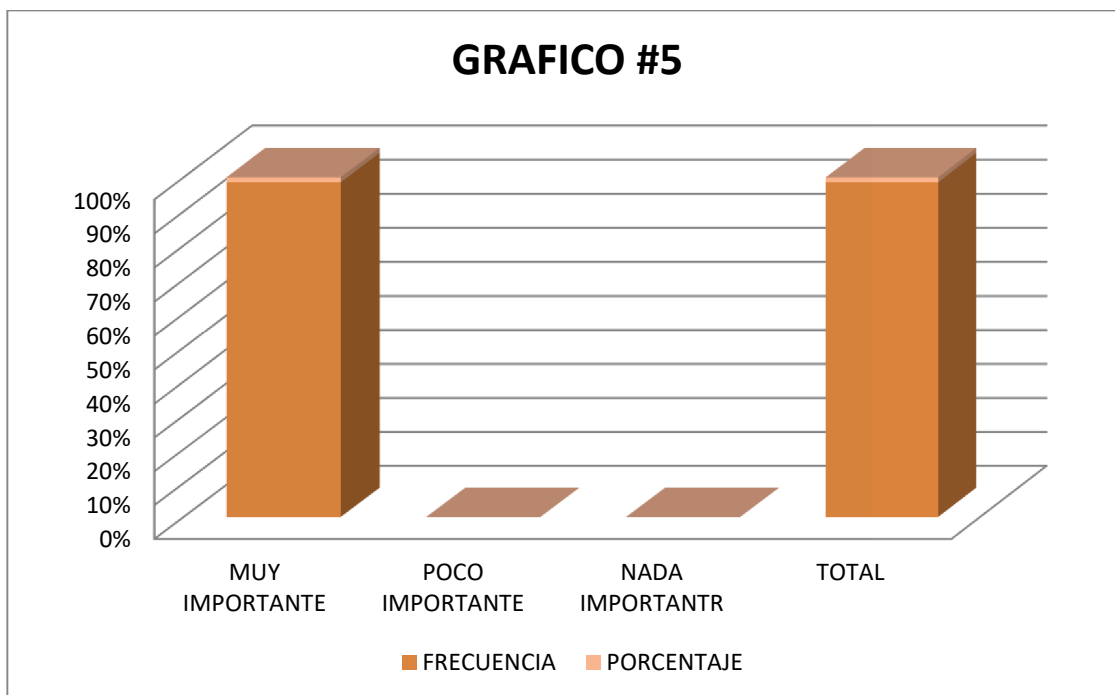
Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes



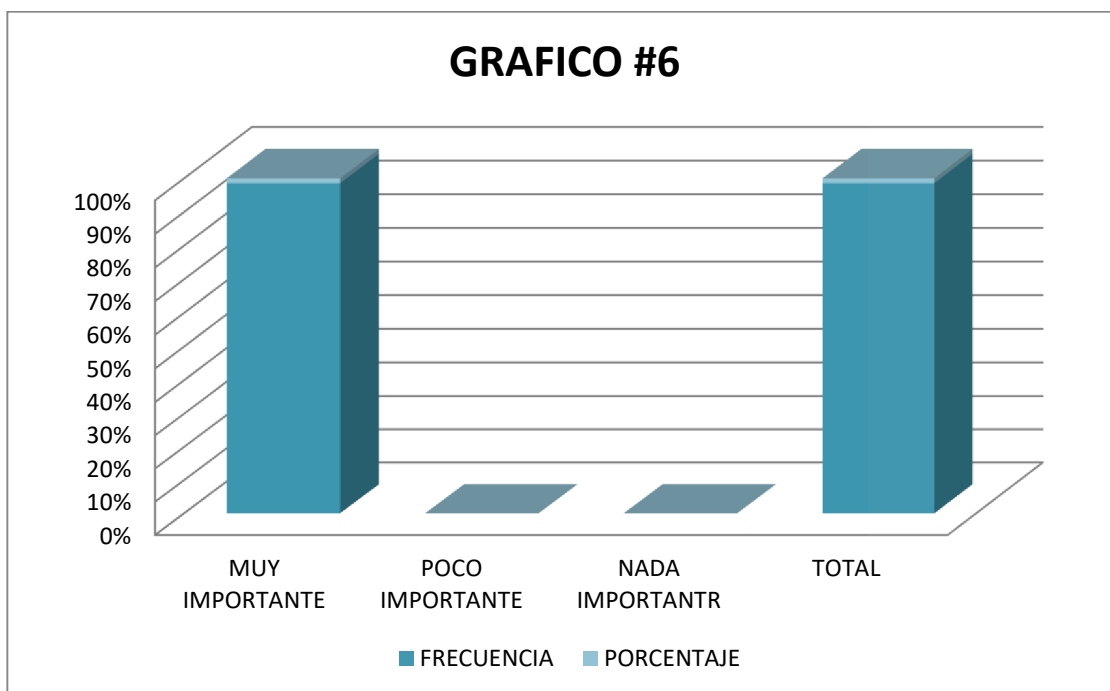
Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes



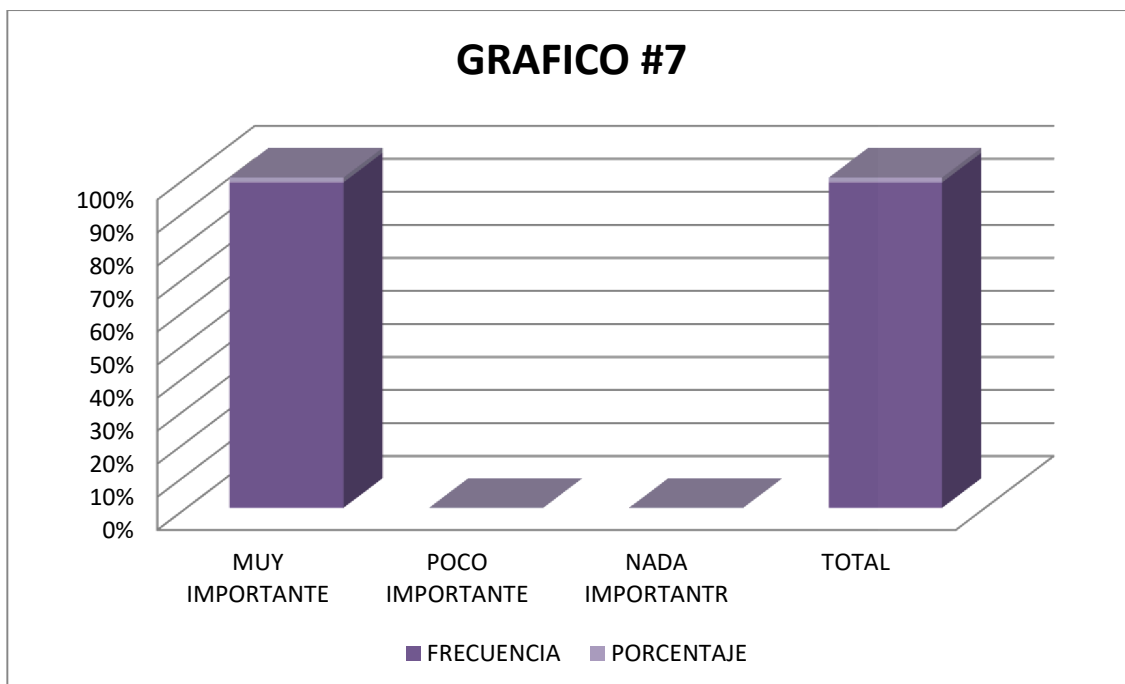
Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes



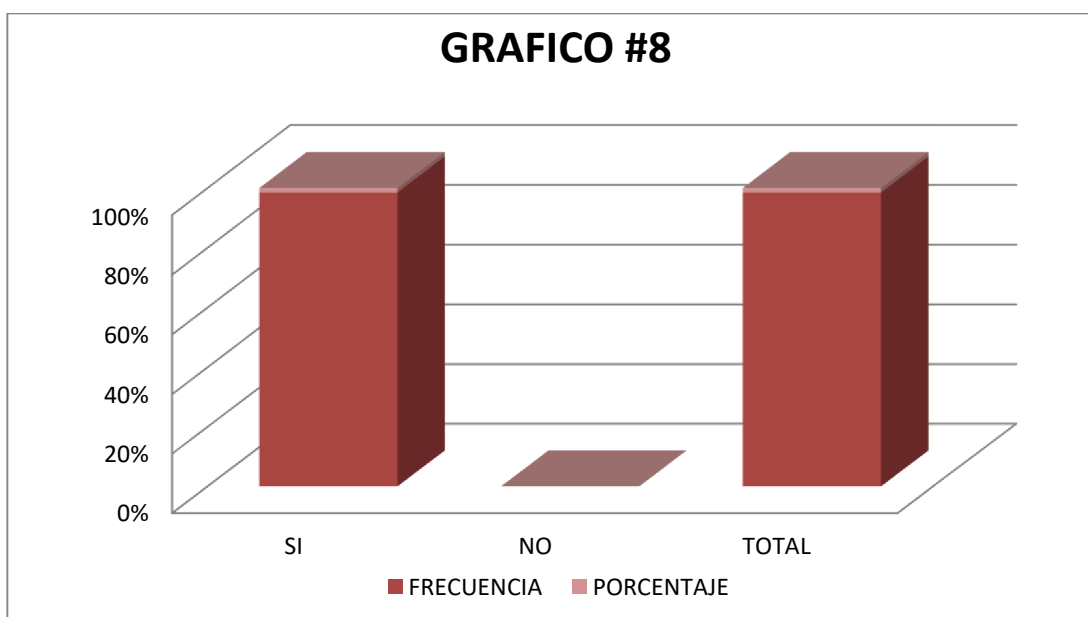
Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes



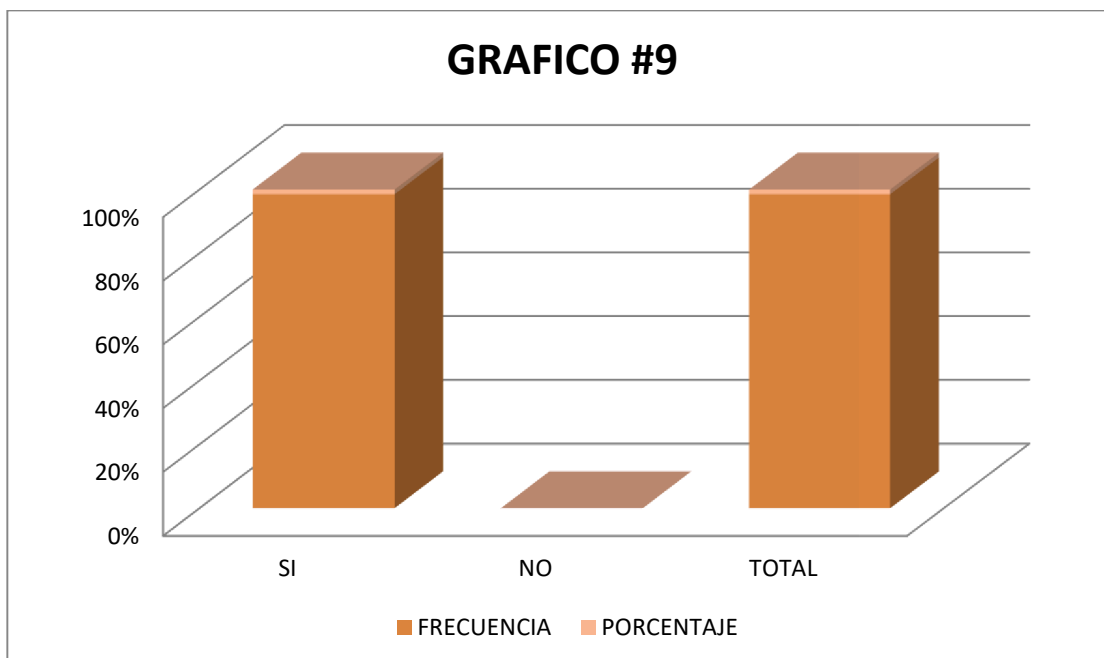
Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes



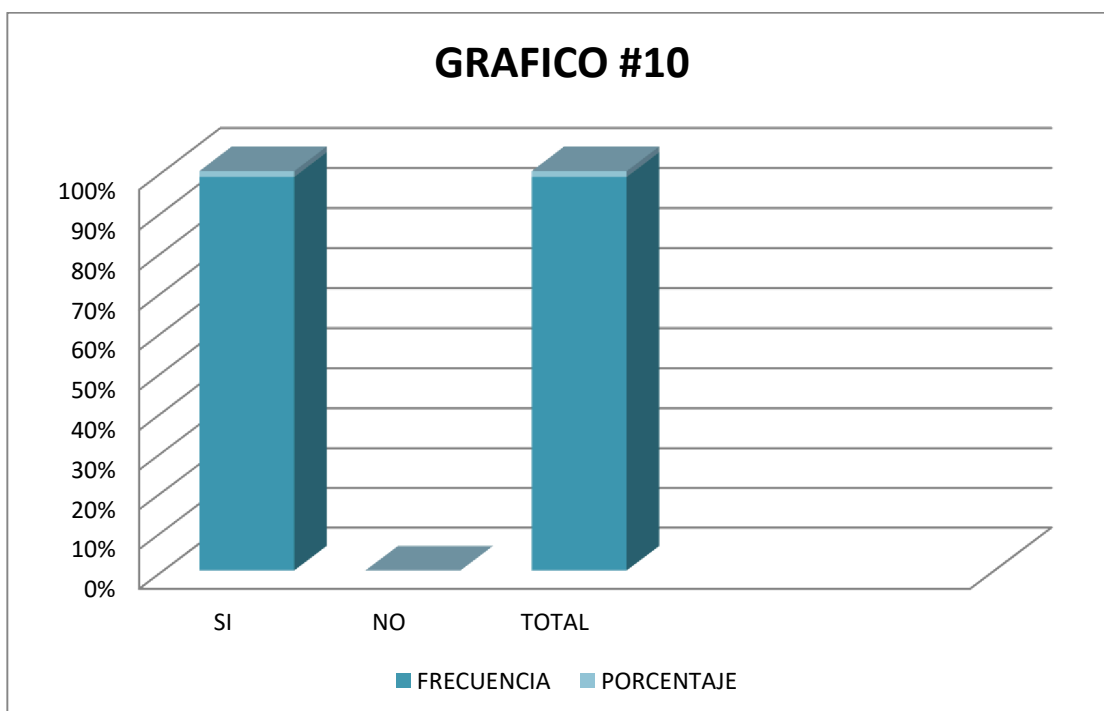
Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes



Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes



Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes



Elaborado: Tacuri Caisaguano María Mercedes