



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

EXTENSIÓN CHONE

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN

TURÍSTICA Y HOTELERA

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA ISLA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA (ITUR) Y SU INCIDENCIA EN LA DIFUSIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN TOSAGUA EN EL PERIODO 2013”

AUTORES:

MERO ZAMBRANO YIMY ENRIQUE

UTRERAS DOMÍNGUEZ TANIA MERCEDES

TUTORA

LCDA.CECILIA ZAMBRANO CEDEÑO MG. GE.

CHONE-MANABÍ- ECUADOR

2015

Lcda. Cecilia Zambrano Cedeño, Mg. Ge., Docente de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Extensión Chone, en calidad de directora del Trabajo de Titulación,

CERTIFICO:

Que el presente Trabajo de Titulación, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA ISLA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA (ITUR) Y SU INCIDENCIA EN LA DIFUSIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN TOSAGUA EN EL PERIODO 2013”**. Este trabajo ha sido exhaustivamente revisado en varias sesiones de trabajo, y se encuentra listo para su presentación y apto para su defensa.

Las opiniones, conceptos, criterios, conclusiones y recomendaciones vertidos en este Trabajo de Titulación son el fruto del trabajo del trabajo investigativo, perseverancia, y originalidad de sus autores: Mero Zambrano Yimy Enrique y Utreras Domínguez Tania Mercedes, siendo de su exclusiva responsabilidad.

Chone, Septiembre del 2015

.....
Lcda. Cecilia Zambrano Cedeño, Mg. Ge.

TUTORA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Mero Zambrano Yimy Enrique y Utreras Domínguez Tania Mercedes somos los responsables y autores de todo el contenido del presente Trabajo de Titulación, todos los análisis e interpretación de los datos y los resultados obtenidos, fueron elaborados bajo nuestra responsabilidad como autores de este trabajo.

Chone, Septiembre del 2015

.....
Mero Zambrano Yimy Enrique

AUTOR

.....
Utreras Domínguez Tania Mercedes

AUTORA



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
EXTENSIÓN CHONE
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el informe final del trabajo de titulación, con el tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA ISLA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA (ITUR) Y SU INCIDENCIA EN LA DIFUSIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN TOSAGUA EN EL PERIODO 2013”**, que ha sido elaborado por los egresados: Mero Zambrano Yimy Enrique y Utreras Domínguez Tania Mercedes, previo la obtención del título de Licenciados en Administración Turística y Hotelera, de acuerdo a lo establecido en el Reglamento para la Elaboración de Trabajo de Titulación de Tercer Nivel de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí.

Chone, Septiembre del 2015

Dr. Víctor Jama Zambrano

DECANO

Lcda. Cecilia Zambrano Cedeño

TUTORA

.....
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....
SECRETARIA

DEDICATORIA

Desde lo más profundo de mi corazón quiero dedicar este trabajo de manera especial a DIOS, porque siempre está conmigo y nunca me abandona, ni en los momentos más difíciles de mi vida.

A mis padres, Pedro y Yenny porque gracias a ellos que me dieron la educación primaria y secundaria pude llegar a donde estoy, por todo el apoyo brindado.

A mi hermana, María que siempre estuvo conmigo apoyándome, por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de mi triunfo en la vida.

A mi esposo José que me apoya día a día para que no decaiga y siga con mis deseos de superación.

A mis 2 pequeños, hijos Andrea y Johan, mis 2 tiernos corazones, porque gracias a ellos cada día me levanto por ser mejor y ofrecerles lo mejor de mí.

A todos Uds., mil gracias por formar parte de mi vida y por estar conmigo siempre, por ese apoyo incondicional, ya que son mis pilares fundamentales, y por Uds. ahora soy una mujer realizada y profesional.

Tania

DEDICATORIA

La concepción de esta tesis está dedicada a mis docentes sin ellos no hubiese sido posible este sueño, cada día con su esfuerzo y perseverancia han inculcado en mí una buena enseñanza transmitiendo conocimiento.

A lo largo de mi vida me harán crecer más como persona y como profesional, lo que ahora he cumplido como una gran meta.

A mis padres, pilares fundamentales. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir este logro profesional. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para mis hermanos y mi familia en general.

También dedico esta tesis a mi gran tesoro mi hijo Eliam .Por ser mi mayor impulsador para llegar a esta etapa tan importante en mi carrera profesional, gracias y mil gracias por ser parte de esta alegría.

Yimy

AGRADECIMIENTO

Es tan grande el placer de expresar el agradecimiento, que vale la pena a arriesgarse a ser un ingrato, por tal motivo al concluir este Trabajo de Titulación, queremos dejar constancia de nuestra eterna gratitud a:

Dios, ser supremo del universo, quien es el que guía en cada paso que damos, a quien damos gracia por habernos dado la vida, la fuerza, el valor, y la voluntad para concluir este trabajo investigativo.

Dr. Víctor Jama Zambrano Decano de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Extensión Chone, quien día a día trabaja vigorosamente para ofrecer a cada uno de sus estudiantes una educación de excelente calidad y calidez.

Lcda. Cecilia Zambrano Cedeño, tutora de este trabajo de titulación profesional, quien con su incalculable colaboración, y vastos conocimientos nos ha proporcionado toda la asesoría necesaria que nos ha permitido desarrollar satisfactoriamente el mismo.

Nuestros docentes por haber sido la guía pedagógica a lo largo de los 4 años de estudios, quienes en todo momento nos imbuyeron de sabias enseñanzas y de sólidos conocimientos que de una u otra forma han contribuido en nuestra formación académica y profesional.

Los habitantes del cantón Tosagua que día a día trabajan para desarrollo turístico, que su espontaneidad, y cooperación en la proporción de la información compilada, ya que sin ellos no hubieses sido posible concluir con la investigación de campo.

Yimy y Tania

ÍNDICE

PORTADA.....	i
CERTIFICO:.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iii
APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DEDICATORIA	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
1. INTRODUCCIÓN	1
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
2.1. Contextos	3
2.1.1. Contextos macro.....	3
2.1.2. Contexto Meso	5
2.1.3. Contextos Micro.....	6
2.2. Formulación del Problema	8
2.3. Delimitación del Problema.....	8
2.3.1. Campo de estudio:.....	8
2.3.2. Área:.....	8
2.3.3. Aspectos:.....	8
2.3.3. Tema:	8
2.3.4. Problema:	8
2.3.5. Delimitación espacial:	8
2.3.6. Delimitación temporal:.....	8
2.4. Interrogantes de la Investigación	9
3. JUSTIFICACIÓN	10
4. OBJETIVOS	11
4.1 Objetivo General	11
4.2 Objetivos Específicos:.....	11
CAPITULO I	12
5. MARCO TEÓRICO.....	12
5.1. Estudio de factibilidad.....	12

5.1.1. Objetivos básicos de los estudios de factibilidad	14
5.1.2. Definición de las Isla de información turística (ITUR)	15
5.1.2.1. Información turística	17
5.1.3. Promoción turística	18
5.1.4. Redes de información turística	19
5.1.5. Características de un (ITUR).....	19
5.1.6. Funciones de una isla de información turística.....	20
5.1.7. Las actividades informativas	21
5.1.7.1. La calidad de la información turística	22
5.1.7.2. Servicios que ofrece una isla de información turística.....	23
5.1.7.3. Objetivos de una isla de información turística.....	24
5.1.8. Tipos de ITUR	24
5.1.8.1. Servicios que ofrecen los (ITUR).....	24
5.1.7.2. Tipos de información en la oficina de turismo	25
5.1.9. El inventario de los recursos turísticos de un destino	26
5.1.10. Base de datos de registro de establecimientos turísticos.....	26
5.1.11. Satisfacción del cliente	27
5.1.12. Difusión de atractivos turísticos	28
5.1.13. Plan de Difusión.....	28
5.2. Atractivos Turísticos	29
5.2.1. Definiciones de turismo	30
5.2.2. Destinos y productos turísticos.....	33
5.2.3. Promoción turística	34
5.2.4. Clases de turismo	38
5.2.5. Recursos turísticos	40
5.2.6. Atractivos turísticos del cantón Tosagua	41
5.2.6.1. Ángel Pedro Giler	42
5.2.6.2. San José De Bachillero.....	42
5.2.7. Impactos medio ambientales del turismo	43
5.2.8. Ley del turismo del Ecuador	44
CAPITULO II.....	47

6. HIPÓTESIS.....	47
6.1. VARIABLES	47
6.1.1. Variable Independiente	47
6.1.2. Variable Dependiente	47
6.1.3. Termino de Relación	47
CAPITULO III.....	48
7. METODOLOGÍA	48
7.1. Tipo de investigación	48
7.2. Nivel de investigación.....	48
7.3. Métodos	48
7.4. Técnicas de recolección de información.....	49
7.5.1. Población.....	49
8. MARCO ADMINISTRATIVO.....	50
8.1 Recursos Humanos.....	50
8.2 Recursos Financieros:	50
CAPÍTULO IV.....	51
9. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	51
9.1. Resultados de encuestas aplicadas a los habitantes del cantón Tosagua.	51
9.2. Análisis de entrevista aplicada a los representantes del sector turístico.....	61
10. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.....	64
CAPITULO V.....	66
11. CONCLUSIONES	66
12. RECOMENDACIONES	67
13. BIBLIOGRAFÍA.....	68
13.1. Webgrafia.....	70

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación trata sobre el tema, “Estudio de factibilidad de una Isla de Información Turística (ITUR) y su incidencia en la difusión de los atractivos turísticos del cantón Tosagua, en el periodo 2013”. De acuerdo con Blanco (2007) los estudios de factibilidad en la actualidad son de vital importancia para poder desarrollar o ejecutar cualquier actividad económica, sin embargo en los últimos años se ha dado poco valor al mismo, consecuentemente en el cantón Tosagua no existen estudios previos de factibilidad de una Isla de información Turística que permita brindar información versa a los turistas.

La relevancia de este trabajo radica en Determinar la importancia del estudio de factibilidad de una isla de información en la difusión de los atractivos turísticos del cantón Tosagua, en el periodo 2013. Además se resaltara cual es la importancia de que tiene la implementación de un isla de información turística (ITUR).

A través de un estudio previo de factibilidad y posteriormente con la implementación de un isla de información turística (ITUR), los turistas que lleguen a la cabecera cantonal podrán contar con un lugar donde se les pueda proporcionar información y de la misma manera ofertar los diferentes atractivos que posee el cantón. Finalmente este trabajo de titulación queda estructurado de la siguiente manera:

En el capítulo I se desarrolla toda la parte contextual del tema; es decir la teoría de lo que es el Estudio de factibilidad de una Isla de Información Turística como primera variable y la segunda variable Difusión de los Atractivos Turísticos, en el cual está basada la investigación, la argumentación en el cual se sostendrá la misma, así de igual forma los principales aspectos que afectan el problema a investigar en relación a las variables de estudio.

En el capítulo II se plantea la siguiente hipótesis: El estudio de factibilidad de una isla de información turística incide en la difusión de los atractivos turísticos del cantón Tosagua en el periodo 2013, la misma que fue sometida a su comprobación mediante la relación de ambas variables. En este mismo capítulo consta las variables del tema investigativo, las cuales, según, Blanco (2007) define como el estudio de factibilidad “el análisis de los resultados comprensivos financiero, económicos y sociales de inversión en el sector empresarial, hotelero y turístico”, y Walter H. (1942) define los atractivos turísticos como: “El conjunto de relaciones entre los visitantes y los residentes en un determinado lugar que visiten”.

En el capítulo III está conformada por la parte metodológica apropiada en base a lo bibliográfico y de campo, en donde los métodos deductivos, inductivos y descriptivos expresen todos los aspectos importantes de cada una de las variables investigadas, y más aún por medio de la aplicación de las técnicas de recolección de investigación como encuestas a los habitantes del cantón Tosagua y entrevistas a la Lcda. Francia Ávila y Sra. Sandra Rivadeneira de donde se obtendrán los hechos reales.

En el capítulo IV se encuentra detallado todas las encuestas, entrevistas, con sus respectivos análisis e interpretación de cada uno de ellos, con sus respectivos porcentajes, cuadros y gráficos. Además la comprobación de la hipótesis.

En el **capítulo V** se presentan las conclusiones y recomendaciones obtenidas que da como resultado de esta investigación. En este mismo capítulo consta la bibliografía y webgrafía de donde se tomó la información teórica que sustenta y fundamenta la investigación, y por último se muestran los anexos que son la evidencia de las actividades investigativas desarrolladas a lo largo de la investigación de campo, y por último consta la siguiente propuesta: “Realización de una capacitación sobre difusión turística que permita despertar el interés y por ende aumentar el desarrollo del turismo en el cantón Tosagua”.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Contextos

2.1.1. Contextos macro

En contexto internacional, específicamente en el campo empresarial se ha notado que existen deficientes estudios de factibilidad que permitan establecer estudios previos sobre Isla de Información Turística (ITUR) que permitan difundir los diversos atractivos turísticos con los que cuenta el mundo. Según Fernández, (1985) afirma que la promoción de las actividades turísticas y de los recursos naturales y culturales ha provocado mayor demanda en la personas que buscan el ocio y el sano esparcimiento, para el autor el turismo es considerado como el conjunto de actividades que lideran las civilizaciones actuales, sin embargo, a pesar de ser una de la segunda actividad con mayor petición existen grandes falencias en cuanto a su difusión y promoción.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, (OMT) (2013), la falta de estudios de factibilidad en el sector turístico ha provocado que el año 2013, en países como Colombia hayan llegado 1.602 millones de turistas, se estima que para el año 2020, esta cifra podría bajar si no se toman medidas urgentes que permitan establecer mecanismos y estrategias de promoción y difusión de los atractivos que oferta el país.

En otro de su informe (OMT) (2013), señala que el Ecuador es considerado como un país con muchas potencialidades turísticas que lo convierten en uno de las mayores y mejores atractivos a nivel de Sudamérica, no obstante, Ecuador cuenta con diversos recursos tanto culturales como naturales, con una infraestructura hotelera que en los últimos años lo ha posesionado, sin embargo, las pocas Isla de Información Turística (ITUR) no son suficientes para brindar información a quienes buscan conocer nuevos y mejores destinos, al mismo tiempo la (OMT),

destaca que existen grandes deficiencias por parte de los prestadores y operadores turísticos.

Según, Cals, (1997) expresa que las Isla de Información Turística (ITUR), se las define como: “Oficinas de difusión y promoción turísticas, creadas por una administración pública, con la finalidad de brindar información y ofertar servicios relacionados con la acogida de visitantes y organizar los trabajos de promoción, difusión, comercialización de productos turísticos”.

Para Poon, (1993) existen diversos factores que permiten que la afluencia de turistas extranjeros sea posible en un determinado país, al mismo tiempo añade que uno de los factores importantes es la presencia de las Isla de Información Turística (ITUR), la cual permitirá ofrecer información a las personas y por ende se lograra que la afluencia de personas se incremente más.

Briasspulis, (1992) en su investigación sobre las dinámicas del sector turístico, propone que las dinámicas de las actividades turísticas son todavía escasas y que no cumplen a cabalidad con la demanda de las personas que buscan satisfacer una necesidad, en la misma investigación pone de manifiesto la importancia del medio ambiente en las actividades turísticas y sus efectos y repercusiones en las rentas de la población local.

Según, González, (1992) añade que la existencia de Isla de Información Turística (ITUR) potencia la oferta de los diferentes productos y destinos turísticos que determinado país o región ofrezca. Así mismo indica que la escasa información y difusión de los atractivos turismos hace que la demanda sea poca y por ende que las personas no se interesen por conocer dichos recursos.

Para el Ministerio de Turismo, la implementación de las Isla de Información Turística (ITUR), mejora significativamente la promoción de los lugares turísticos, estas hacen que los atractivos culturales y naturales sean más conocidos

y visitados por los diferentes turistas que optan por conocer y disfrutar de ratos amenos, otra de la función que cumple el (ITUR) es ayudar a los turistas tanto nacionales como internacionales a seleccionar las mejores alternativas que posee el país.

Según, Menéndez, (1996) aduce que el cambio de actitud de las personas con el medio ambiente, genera un turismo sostenible y amigable con la madre naturaleza, por ello, es preciso que las personas hagan conciencia que muchos de los recursos no son permanentes y que en cualquier momento se podrían agotar o desaparecer totalmente por la falta de conciencia y valoración, no obstante, sugiere que los guías turísticos, y operadores incentiven a las personas para que al visitar o ir de paseo por alguno de los atractivos lo hagan produciendo el menor impacto posible, así como también propone aplicar normas conservacionistas.

2.1.2. Contexto Meso

La provincia de Manabí, es considerada como una de las regiones con mayor número de recursos y atractivos turísticos, sin embargo, existen escasos estudios de factibilidad que permitan la inversión y generación de nuevas ofertas turísticas, por lo que en cierta forma las actividades se ven significativamente afectadas, otra de las falencias que debilita a oferta turística es la falta de Isla de Información Turística (ITUR), las cuales juegan un papel muy importante en el desarrollo turístico de esta provincia.

Según, el instituto nacional de estadísticas y censos (INEC) (2010), en su informe sobre el turismo indica que la provincia de Manabí, es considerada como una de las regiones de la costa ecuatoriana con mayor número de recursos y atractivos turísticos, los cuales la convierten potencialmente como destino preferido para los visitantes, que optan por venir a disfrutar de sus bondades. Al mismo tiempo señala que muchos de los atractivos que posee Manabí, son poco conocidos ya que se carece de información y de las Isla de Información Turística (ITUR), o

puntos estratégicos de información donde se pueda difundir y promocionar aquellos recursos y atractivos.

De acuerdo al Ministerio de Turismo del Ecuador, una de las alternativas para posesionar y desarrollar turísticamente a la provincia de Manabí, es mediante la implementación y creación de más Isla de Información Turística (ITUR), puesto que son las encargadas de dotar y proveer de información a los visitantes, donde se puede acceder fácilmente a diferentes lugares y destinos a través de folletos, trípticos, guías telefónicas y turísticas que permiten promocionar y difundir los diferentes atractivos que posee la región.

Según, la Dirección Provincial de Turismo de Manabí, señala que se están haciendo grandes inversiones en la promoción de los atractivos turísticos de la provincia, una de esas inversiones es la implementación y creación de nuevas Isla de Información Turística (ITUR), ya que se pretende posesionar a la zona como uno de los mejores destinos a nivel del Ecuador.

Para cuyo efecto, la Dirección Provincial de Turismo de Manabí, añade que se están implantando Isla de Información Turística (ITUR), y se las está ubicando en zonas estratégicas que permitan la accesibilidad para todas las personas que vienen en busca de información oportuna, útil, creíble, confiable y sobre todo veraz, donde los operadores turísticos brindan un servicio personalizado y con una sólida calidez, misma que caracteriza a los Manabitas.

2.1.3. Contextos Micro

El cantón Tosagua, es denominado el corazón de la provincia de Manabí, en los últimos años el desarrollo de esta ciudad se ha visto afectada debido a las malas administraciones que ha tenido el cabildo cantonal, sin embargo, es una zona privilegiada ya que cuenta con diferentes recursos, naturales y culturales que lo convierten en un polo de comercio agrícola y turístico, no obstante, la falta de

estudios de factibilidad y de inversión en el área turística y hotelera ha provocado que las actividades en esta área sean muy deficientes.

Un punto importante que hay que tomar en cuenta es la situación geográfica que posee el cantón y su red vial que constituye un paso obligado para turistas, que en su paso disfrutan de las bondades que este posee, considerado como un punto positivo que debe ser aprovechado para la difusión turística.

El cantón Tosagua, cuenta con todos los recursos y atractivos para convertirse en un potencial turístico pero, no cuenta con una Isla de Información Turística (ITUR), la cual brinde información, orientación, capacitación y asesoramiento a los habitantes y promocionar el potencial turístico, por ello, se ven afectadas significativamente las actividades turísticas.

Según, el director Provincial de Turismo de Manabí, asegura que se está analizando la implementación de una Isla de Información Turística (ITUR) en la cabecera cantonal de Tosagua, ya que es uno de los cantones que en los últimos años ha tenido un crecimiento turístico significativo, y que por la escasa atención por parte de las autoridades competentes no se ha podido dar a conocer cada una de sus bondades, añadió también que de crearse el (ITUR) la ciudadanía local, nacional e internacional podrán disponer de información oportuna, útil, creíble, confiable y sobre todo contarán con recurso humano capacitado para brindar un servicio de óptima calidad y calidez.

El Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal del cantón Tosagua, cuenta con un departamento de Turismo, el que en conjunto con otras instituciones de la localidad emprenden varias acciones para promocionar y difundir los atractivos del cantón, dichas actividades no son suficientes, por lo que la comunidad requiere del apoyo urgente de entidades como el Ministerio de Turismo para que lo más pronto posible la ciudad cuente con una Isla de Información Turística (ITUR), que permita brindar información a los turistas.

2.2. Formulación del Problema

¿De qué manera el estudio de factibilidad de una Isla de Información Turística incide en la difusión de los atractivos turísticos del cantón Tosagua, en el periodo 2013?

2.3. Delimitación del Problema

La investigación se delimita de la siguiente manera:

2.3.1. Campo de estudio: Social

2.3.2. Área: Turística

2.3.3. Aspectos:

- a) Estudio de factibilidad de una Isla de Información Turística
- b) Difusión de los atractivos turísticos

2.3.3. Tema: “Estudio de factibilidad de una Isla de Información Turística (ITUR) y su incidencia en la difusión de los atractivos turísticos del cantón Tosagua, en el periodo 2013”.

2.3.4. Problema: Escaso estudio de factibilidad de una Isla de Información Turística (ITUR) en la difusión de los atractivos turísticos.

2.3.5. Delimitación espacial: La reciente investigación se realizó en el cantón Tosagua, provincia de Manabí.

2.3.6. Delimitación temporal: Este trabajo investigativo se desarrolló en el periodo 2013

2.4. Interrogantes de la Investigación

¿Qué importancia la implementación de una Isla de Información Turística en el cantón Tosagua?

¿Dónde se pueda ubicar una isla de Información turística?

¿Cuáles son atractivos turísticos que existen en el cantón Tosagua?

¿Cómo promocionar los atractivos turísticos del cantón Tosagua?

¿Cómo realizar una capacitación sobre difusión turística que permita despertar el Interés y por ende aumentar el desarrollo del turismo en el cantón Tosagua?

3. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se considera de gran **interés** promocional y turística, porque a través de la misma se pretende realizar un estudio de factibilidad que permita determinar la ubicación de una isla de información turística en el cantón, por su ubicación geográfica, razón por la cual se planteó este trabajo investigativo.

Se lo justifica porque es de gran **importancia** realizar un estudio de factibilidad que permita elevar el nivel de turismo en la localidad y puedan se pueda ofrecer a los turistas información sobre destinos, atractivos, rutas, tiempos de viaje y empresas que prestan servicios turísticos.

Este trabajo investigativo es **original**, puesto que todos los aportes e investigaciones que se hacen en el mismo tienen exclusividad de sus autores, la misma que se implementa con estudios de campo en el sector turístico y hotelero y se sustenta con información retórica.

La ubicación de la isla de información turística, **beneficiará** directamente a los habitantes del cantón Tosagua, ya que contarán con un lugar que permita la difusión de los diferentes atractivos, y los turistas podrán conocer da cada una de las bondades que ofrece el cantón.

Es **factible** de realizar porque se cuenta con bastante investigación, donde se puede acceder a diferentes fuentes como textos, información de google académico entre otras y además se cuenta con el aval de los representantes del sector turístico.

Expresa la **misión y visión** de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, al permitir que sus futuros profesionales pongan en práctica aquellos conocimientos adquiridos en las aulas y que aporten a la solución de problemas sociales.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

Determinar la importancia del estudio de factibilidad de una isla de información turística en la difusión de los atractivos turísticos del cantón Tosagua, en el periodo 2013.

4.2 Objetivos Específicos:

- Analizar la importancia de una Isla de Información Turística en el cantón Tosagua.
- Definir el lugar donde se pueda ubicar la isla de Información turística.
- Identificar los atractivos turísticos que existen en el cantón Tosagua.
- Promocionar los atractivos turísticos del cantón Tosagua por medio del ITUR.
- Realizar una capacitación sobre difusión turística que permita despertar el Interés y por ende aumentar el desarrollo del turismo en el cantón Tosagua.

CAPITULO I

5. MARCO TEÓRICO

5.1. Estudio de factibilidad

Según, Blanco (2007) define el estudio de factibilidad como: “el análisis de los resultados comprensivos financiero, económicos y sociales de inversión en el sector turístico”. De lo anterior se coincide con el autor, que el estudio de factibilidad no es otra cosa que un análisis previo a los resultados obtenidos de un estudio realizado con la finalidad de emprender alguna actividad comercial, específicamente en alguna área.

Pastoriza (2011) señala que la consolidación del turismo pudo llevarse a cabo con efectividad gracias a un estudio de factibilidad, las intervenciones del poder público y el sector privado en la urbanización que luego posibilitó la infraestructura necesaria, como también el pintoresquismo como movimiento estético tendiente a imponer la necesidad de disfrutar visualmente un paisaje. De acuerdo con lo mencionado por el autor, se concuerda que mediante un estudio de factibilidad se puede analizar la ejecución y /o implementación de cualquier actividad económica y /o financiera en el sector turístico.

Según, Miragem (1985), señala que: el estudio de factibilidad pretende demostrar que los proyectos turísticos en cuestión son:

- Técnicamente razonables, representando la mayor de las opciones dado el conjunto de restricciones existente.
- Posible de ser ejecutado y administrado.
- Financiera y económicamente es viable.
- Coherente con los objetivos estratégicos de desarrollo local y de ejecución inmediata.
- Si es social y ambientalmente aceptable por la comunidad.

Según Noboa, (1996) sostiene que: “un estudio de factibilidad, es un análisis de mercado, donde previamente se incluye la oferta y la demanda, tanto nacional como internacional, el cual se realiza mediante un estudio técnico donde se analizan los requerimientos del cultivo”. Analizando el soporte del autor, se concuerda que todo estudio de factibilidad previo a realizar cualquier inversión en cualquier área es fundamental, ya que permite establecer fortalezas y debilidades que deben de ser previamente analizadas y socializadas con el fin de no causar ningún tipo de impacto.

Según, Salas, (1987) explica que: “en los estudios de factibilidad, se debe tomar en cuenta factores, como técnicos, económicos, humanos y financieros y de gestión empresarial”. De acuerdo al autor dichos factores permiten determinar si existen las condiciones favorables y los recursos disponibles para el desarrollo de alguna actividad antes de realizar alguna inversión y empezar a producir.

Para Giittenger, (1989) “los estudios de factibilidad, siempre deben contener análisis previo sobre los posibles impactos ambientales que lleguen a generar, donde se describan las posibles repercusiones y su mitigación y un análisis de impacto social donde se establezca el número de personas y el impacto sobre los bienes y servicios con los que cuenta la localidad”. En total acuerdo todo tipo de estudio de factibilidad, debe realizar un análisis previo sobre los posibles impactos ambientales y sociales que se puedan generar, donde con la comunidad se debe socializar las posibles repercusiones que este provocaría.

Según, Sapag, (1995) sostiene que: “existen diversas formas y estrategias para diseñar o hacer un estudio de factibilidad, en la que la actitud y habilidades de las personas juega un papel preponderante, mediante la incorporación de conocimientos nuevos”. En la actualidad los estudios de factibilidad juegan un rol muy importante en el campo empresarial, especialmente en el hotelero y turístico, ya que mediante un análisis de factibilidad se puede determinar muchos factores que son considerados de suma importancia.

5.1.1. Objetivos básicos de los estudios de factibilidad

Según, Blanco (2007) dice que: “los estudio de factibilidad o análisis de los resultados comprensivos financiero, cumplen con objetivos básicos que permiten el crecimiento económicos y sociales en inversión del sector empresarial y sobre todo en turístico y hotelero”, por lo que en su investigación sobre estudios previos de factibilidad añadió los siguientes:

- Seleccionar las alternativas turísticas y paquetes más convenientes, de acuerdo a los fines que persiguen las personas, siempre y cuando no sean competitivos con otras propuestas.
- Profundizar los proyectos turísticos e incorpóralos a las necesidades, intereses y demandas de los turistas nacionales e internacionales.
- Preparar y diseñar los estudios previos de factibilidad de preinversion para determinar su factibilidad en el mercado.
- Contribuir con los estudios previos de factibilidad de preinversion para determinar su factibilidad definitiva en el mercado.
- Contribuir a las negociaciones para conseguir los créditos necesarios de inversión empresarial.

Mathieson, (1990) sostiene que: “que los estudios de factibilidad son propicios dentro del proceso de la creación o implantación de una Islas de Información Turística (ITUR ya que se prestarían las facilidades para difundir información a las personas sobre los atractivos turísticos de una ciudad, el análisis de un estudio permite identificara aquellas potencialidades con las que cuenta un lugar, el cual constituye un eje fundamental para la economía nacional”.

La factibilidad dentro del proceso de la creación de un ITUR debe presentar facilidades para difundir los atractivos turísticos de un lugar, que se pueda identificar como una estrategia que se constituya como una actividad fundamental dentro de la economía nacional.

5.1.2. Definición de las Isla de información turística (ITUR)

Según, Bertoni, M. (2002) define las ITUR como: “Los puntos estratégicos de información turística, oficinas que proporcionan información relevante a los visitantes, donde se promociona y brinda u servicio de atención, orientación, asesoramiento y promoción gratuita de los atractivos y opciones turísticas de una región, ciudad, durante un viaje de estancia”. De lo anterior se puede destacar que las Islas de Información Turística (ITUR) son centros o puntos donde se brinda información a la personas con la finalidad de satisfacer sus requerimientos, la que están permiten que los turistas puedan conocer los diferentes destinos y paquetes turísticos que se ofertan y así disfrutar de sus vacaciones sin tantas complicaciones.

La atención a los visitantes, proporcionándoles información de todo aquello que necesitan para poder gozar de sus vacaciones en un lugar determinado, es una actividad primaria básica de una la oficina de turismo, la cual condiciona en gran manera la imagen que los visitantes se llevan de lugar visitado. Por tanto, es importante prestar atención en que el servicio sea prestado con profesionalidad, amabilidad y eficacia.

Para, Miralbell, (2007) las Islas de Información Turística (ITUR) son: “Las oficinas que brindada información y oferta servicios y destinos turísticos a los visitantes que llegan de diferentes lugares, además son consideradas los puntos donde se fomenta y planifica las diversas actividades que se realizan en el sector hotelero y turístico de una región o ciudad”. Recapitulando sobre la cita de la

autora, se concuerda que la finalidad de una Islas de Información Turística (ITUR) es proporcionar información a los turistas, mediante materiales informativos que se entregan gratuitamente, estos pueden ser mapas, planos folletos, tarjetas postales, afiches,, videos, nóminas de empresas hoteleras registradas, entre otras.

Para el Ministerio de Turismo del Ecuador, (2013) los ITUR son “Puntos de Información Turística”, es una oficina que entrega al visitante servicios de atención, orientación, asesoramiento y promoción gratuita de las opciones turísticas en la ciudad, durante un viaje o estancia.

Según, Cals, (1997) define las Islas de Información Turística (ITUR) como: “Las oficinas o puntos estratégicos donde se proporciona y difunde información turística, definida también como las dependencias creadas por una administración pública o alguna empresa privada, cuyo fin es promocionar los atractivos turísticos de una ciudad y de los servicios que se ofrecen a los visitantes y estas son las encargadas de coordinar, promocionar, y comercializar los productos turísticos”.

De acuerdo con lo señalado por el autor, se coincide que las Islas de Información Turística (ITUR) son considerada oficinas de información, las cuales son las encargadas de organizar eventos y actividades turísticas, además son las que difunden y proveen de información a los turistas que visitan de un determinado lugar, ciudad o país, cuya finalidad es facilitar a los viajeros que su estadía sea de satisfactoria y de buena calidad.

Según, Poom, (1993) añade que: “las Islas de Información Turística (ITUR), cumplen con la finalidad de llevar un registro estadísticos de las múltiples actividades de información y de atención a los turistas que llegan como visitantes a un país, información que será muy útil para determinar la demanda de personas y así realizar un análisis”. Recapitulando sobre lo mencionado por el autor, se coincide que las Islas de Información Turística (ITUR), no solo cumplen con el

propósito de llevar un registro estadístico, si no que permiten establecer un análisis de cuantas personas visitan un determinado país y de cuáles son sus demandas en materia de servicios y productos turísticos.

De acuerdo con Suarez, (2006) señala que: “Islas de Información Turística (ITUR), oficinas de información hotelera y turística, cumple la finalidad de brindar un información veraz, orienta técnica y metodológicamente a los visitantes y habitantes de una ciudad, plantea servicios turísticos y socializa posibles potenciales turísticos que posee determinado país”. Analizando lo indicado por el autor se establece que Islas de Información Turística (ITUR), también permiten plantear nuevos destinos turísticos que no han sido descubiertos por nadie.

Según, Cals, (1997) expresa que las Isla de Información Turística (ITUR), se las puede definir también como: “Oficinas de difusión y promoción turísticas, cuya finalidad es poder brindar información que permita que la afluencia de turistas extranjeros sea posible dentro de un determinado territorio y de esa forma poder brindar servicios y generar ingresos económicos”.

Una isla de turismo, oficina de información turística o centro de información turística es la organización encargada de proveer información a los turistas potenciales y turistas que visitan un determinado lugar con el fin de facilitar su decisión de viajar, facilitar su estadía y disminuir el riesgo de experiencias negativas durante su viaje, influyendo positivamente en la imagen del destino turístico.

5.1.2.1. Información turística

Mathieson, (1990) expresa que: “la información es un conjunto de servicios que se ofrecen a las personas que llegan como turistas a un país o una ciudad, cuyo fin es orientar y facilitar información valiosa sobre los diferentes destinos y paquetes

turísticos que se ofertan, la información que se proporciona a las personas o viajeros es siempre gratuita”. De lo anterior señalado por el autor, se añade que en la actualidad la información turística cumple un papel preponderante en el desarrollo económico y comercial de un país o una ciudad, por lo que su aporte en la sociedad es trascendental, ya que permite que se genere nuevos mercados y mejores ofertas de los distintos y diferentes atractivos turísticos.

Una de las alternativas para posesionar al turismo en un ente regulador de crecimiento, es como se dan las estrategias de venta de un producto, y en esto se enmarcan las ITUR (Islas de Información Turística) que son las que se encargan de proveer información detallada ya sea cara a cara, con folletos, afiches, vía telefónica entre otras. La información turística no es diferente de cualquier otra información. Solo se distingue por su utilidad en el entorno de la actividad turística. Así podemos considerar información turística tanto la información de la oferta turística de un destino y de sus precios como aquella que nos explica las tendencias de la demanda.

5.1.3. Promoción turística

Para Unesco, (1990) “la promoción de los atractivos turísticos es una de las mayores actividades de emprendimiento que se lleva a cabo con la finalidad de que las personas que viajan a algún lugar conozcan los atractivos turísticos de una ciudad y posteriormente planifiquen previamente visiten ese atractivo”. De acuerdo con la UNESCO, la promoción de los atractivos turísticos se ha convertido en una de las actividades más promisorias para la generación de visas y es una de las que mayores y mejores demanda tiene por parte de las personas buscan el ocio y simplemente se desplazan por alguna actividad de negocio.

Para Poon, (1993) existen diversos factores que permiten que la afluencia de turistas extranjeros sea posible, uno de esos factores es la promoción de los atractivos turísticos, al mismo tiempo añade que la presencia de las Isla de

Información Turística (ITUR), permite ofrecer mayor información a las personas y por ende dicha promoción se ve reflejada con la afluencia masiva de personas que buscan disfrutar de las bondades ofertadas y promocionadas.

5.1.4. Redes de información turística

Para Pearce, (1991), dice que: “Las redes de información turística están integradas por entidades que se dedican a promocionar y difundir los atractivos turísticos de un país, las cuales acogen a las personas que vienen como turistas y proporcionan información de calidad, en un conjunto integrado de servicios de información que promociona la variada de recursos”. Analizando la cita de este autor, se concuerda que las redes de información turística son la base fundamental en la difusión de los atractivos y recursos turísticos, puesto que esto genera un impacto positivo en las personas que buscan conocer nuevos destinos, donde se les pueda brindar una atención con calidad.

Las redes de información turística están integrada por Entidades de Turismo que, acogen a los turistas y proporcionan información de calidad, en un conjunto integral de servicios de información turística que son homogéneos en cuanto a contenido, instrumentos soporte y mecanismos interactivos, que promocionan así la gran variedad de recursos turísticos con los que cuenta el lugar y mejoran el grado de satisfacción de los turistas.

5.1.5. Características de un (ITUR)

Según, Suarez, (2006), señala que: “las Islas de Información Turística (ITUR), dentro de una ciudad cumplen un papel fundamental ya que proporcionan información eficaz a las personas, quienes a través de la misma se orientan mejor en cuanto a sus destinos y opciones turísticas”, agrega además que las oficinas de información turística son locales pequeños cuyo tamaño es de 1 (10 a 20 m²), las cuales por lo general cuentan con las siguientes características:

- Un escritorio
- Dos sillones para la sala de espera
- Un panel especial para folletería
- Una silla para el informante
- Dos sillas para los visitantes
- Una computadora

5.1.6. Funciones de una isla de información turística

Según, Poom, (1993) añade que: “una de las principales funciones de las Islas de Información Turística (ITUR), es ofrecer información creíble, útil, confiable y veraz, a la par con talento humano especializado y capacitado para que la información proporcionado sea comprendida y cumpla con las expectativa de los visitantes”. Para el efecto el autor de esta cita agrupa otras funciones que a continuación se detallan:

- Proporcionar información veraz y asesoría turística, sobre los diferentes atractivos que posee un país.
- Brindar asistencia técnica en trámites y procedimientos, solicitados por turistas nacionales e internacionales.
- Dar atención ya poyo para la resolución satisfactoria de reclamos, a través de estrategias y mecanismos de consolidación entre el turista y el proveer de servicios.
- Proporcionar datos estadísticos, sobre los atractivos, recursos y servicios que oferte el país.

- Promocionar la marca turística de un país, mediante la entrega de materiales de todo tipo, estos pueden ser digital, folletería, e impresos, Cds, videos, tarjetas postales, links a través de la página web, entre otros.

5.1.7. Las actividades informativas

Según, el Ministerio de Turismo del Ecuador, (2013), sostiene que las actividades informativas son aquellas que los operadores turísticos realizan a través de las Isla de Información Turística (ITUR), donde se informa a la personas de todo aquello que se necesita sobre lugares y destinos turísticos de un determinado lugar o región, las actividades informativas son consideradas básicas y muy fundamentales para ayudar a los turistas tanto nacionales como internacionales a seleccionar las mejores alternativas que posee el país.

La atención a los visitantes, proporcionándoles información de todo aquello que necesitan para poder gozar de sus vacaciones en un lugar determinado, es una actividad primaria básica de una la oficina de turismo, la cual condiciona en gran manera la imagen que los visitantes se llevan de lugar visitado. Por tanto, es importante prestar atención en que el servicio sea prestado con profesionalidad, amabilidad y eficacia.

Las actividades de información no se han de limitar a atender a las personas que entran en las oficinas de turismo, o que se dirigen a ella a través del teléfono o por correo, sino que han de proponerse llegar a las empresas turísticas y a los profesionales del turismo (guías, recepcionistas, etc.) de la zona, así como también a los medios de comunicación. Hay que entender, pues, la oficina de turismo como un centro informador que es al mismo tiempo coordinador de la información.

La información con la que ha de trabajar la oficina de turismo es la procedente del inventario y documentación de los recursos turísticos que ésta ha realizado y

también la que ha de obtener de las oficinas de turismo de las poblaciones más cercanas y de las organizaciones de turismo de nivel superior.

La oficina de turismo ha de ser para los visitantes más que un punto de información un lugar de atención, en el que las personas que acudan allí se sientan ayudadas y asesoradas en la solución de problemas e incidencias (atención médica, traducciones, robos, pérdida de objetos, documentación) y pueden eventualmente presentar sus quejas y reclamaciones.

5.1.7.1. La calidad de la información turística

Las oficinas de turismo han de entenderse también como observatorios privilegiados de la actividad turística en su demarcación territorial. Han de servir para reorientar las medidas de política de turismo que hagan posible una mejora en la calidad de la oferta.

La información que concentran las oficinas de turismo ha de ser sintetizada, tratada y complementada con la información que pueden proporcionar los agentes turísticos y las diversas entidades turísticas.

También se ha de completar con un servicio de documentación (revistas especializadas, estudios, dossiers de prensa y estadísticas), que sea completo.

Sobre esta base informativa, las oficinas elaborarán informes y estudios para ser enviados a los responsables turísticos.

Además, es recomendable que las oficinas de turismo hagan un seguimiento de los niveles de ocupación de los establecimientos turísticos y realicen encuestas a las personas que soliciten información en las propias oficinas.

Así, para llevar a cabo esta actividad es recomendable diseñar una muestra de alojamientos turísticos y realizar encuestas a las personas que solicitan

información en las mismas oficinas, así como sondeos de niveles de ocupación de los alojamientos a través de intercambios de información periódicos. Por otra parte, la realización de una encuesta periódica, por ejemplo cada dos o tres años, a las personas que solicitan información en la oficina de turismo permite construir una tipología de los visitantes, analizar su evolución y disponer de información sobre el grado de satisfacción de los usuarios de los servicios.

Las normas de calidad del servicio de Información Turística y Acogida de un destino se estructuran en cuatro bloques, y se identifican cada uno de ellos con una de las principales funciones que se desarrollan en la prestación de este servicio tanto en el destino turístico como en origen del visitante; estas funciones son:

- Dirección
- Acogida
- Aprovisionamiento y Marketing
- Infraestructura y Mantenimiento

5.1.7.2. Servicios que ofrece una isla de información turística

El Ministerio de Turismo del Ecuador, (2014), creó e implementó la Isla de Información Turística (ITUR), para responder a las necesidades y demanda de los visitantes, y así brindar los siguientes servicios:

- Brindar información y asesoría turística
- Asistencia técnica de trámites
- Tramitar y gestionar trámites de las instituciones
- Realizar trámites ante empresas de servicio turístico
- Atender los reclamos de los turistas
- Solucionar los reclamos de los turistas
- Proveer de servicios a los turistas
- Brindar información sobre la estadística de los servicios turístico

5.1.7.3. Objetivos de una isla de información turística

Según, Blanco (2007) indica que: “que uno de los objetivos fundamentales de las Islas de Información Turística (ITUR), es brindar información a las personas para aumentar la llegada de más turística a un determinado lugar”. Entre los objetivos principales que ha considerado el autor, constan los que se describen a continuación:

- Prestar un servicio de calidez al público en general
- Mejorar la calidad de los diferentes destinos de la localidad
- Hacer más fácil la estancia de los posibles y potenciales turistas
- Aumentar la llegada de más turistas al país

5.1.8. Tipos de ITUR

Según Fernández, (1985) sostiene que: “los tipos de Islas de Información Turística (ITUR), pueden ser de tipo permanentes, temporales, locales, regionales, nacionales e internacionales, tiene como fin general brindar información y promoción de las actividades turísticas”.

5.1.8.1. Servicios que ofrecen los (ITUR)

El ITUR brinda los siguientes servicios:

- Servicio de Información y Asesoría Turística sobre atractivos, servicios turísticos y datos útiles para el viajero en el Ecuador.
- Otros temas de interés del viajero
- Servicio de Asistencia de Trámites y Procedimientos ante instituciones públicas y empresas de servicios turísticos
- Gestiones y trámites ante organismos públicos
- Gestiones y trámites ante empresas de servicios turísticos
- Servicio de Atención de Reclamos

- Solución de reclamos a través de mecanismos de conciliación entre el turista y el proveedor de servicios turísticos previstos en la nueva Ley de Turismo.
- Otros que sean permitidos a través de la nueva Ley de Turismo y su Reglamento.
- Servicio de Estadísticas sobre Servicios Turísticos
- Tipo de atractivo turístico más consultado
- Tipo de servicio turístico más consultado
- Tipo de asistencia en trámite o procedimiento ante organismo público o privado más solicitado
- Información obtenida del Ministerio de Turismo; Departamento de descentralización (Folleto de creación del ITUR)

5.1.7.2. Tipos de información en la oficina de turismo

Para, Cals, (1997) “la información que se proporcionan en las Isla de Información Turística (ITUR), permite que la oferta turística constituya un éxito rotundo ya que permite que los turistas conozcan los destinos atractivos con los que cuenta un país, el fin general de toda oficina (ITUR) es ofrecer a las personas su contratación o compra de algún bien o producto turístico”. Para este autor, los elementos más importantes de la información turística son:

- Los precios acorde con los intereses de los clientes
- Las características del lugar de prestación
- Los prestadores y servidores turísticos
- Las condiciones de la prestación
- La calidad y calidez en la atención a los turistas

Según, Valls, (2009) señala que: “las Isla de Información Turística (ITUR, deben contar con información más exhaustiva y detallada que permita una verdadera oferta turística, para ello, precisa el autor que los operadores turísticos deben realizar una búsqueda intensa de información actualizada entre los proveedores que ofertan productos turísticos”. De acuerdo con lo señalado por el autor, las Isla

de Información Turística (ITUR, deben contar con información actualizada y específica de todos aquellos espacios, entornos y lugares paradisiacos que los turistas necesitan y deben conocer.

5.1.9. El inventario de los recursos turísticos de un destino

Según, Cals (1997:28) señala que: “La información de los recursos turísticos resulta imprescindible cuando se quiere crear el inventario de recursos de un destino, necesario para cualquier acción de planificación estratégica del turismo en un destino”. Para este autor al momento de realizar el inventariado de los recursos turísticos se debe tomar en cuenta siempre los siguientes aspectos:

- Las particularidades características del lugar
- La accesibilidad y comunicaciones del lugar
- Las referencias cívicas y sociales
- Las manifestaciones culturales, receptivas, religiosas y deportivas
- Los acontecimientos y manifestaciones de relevancia del lugar
- La oferta turística
- La demanda turística
- Las ofertas complementarias
- Los entornos de interés y destinos que llaman la atención

La función de inventariar se concreta en la recopilación, ordenación y catalogación de los elementos turísticamente remarcables de un espacio, para convertir este proceso en una documentación que, con soportes y niveles de elaboración diversos, se pone al servicio de la creación de productos específicos.

5.1.10. Base de datos de registro de establecimientos turísticos

La Base de Datos de Establecimientos Turísticos (catastro) es una recopilación de todos los establecimientos registrados en el Ministerio de Turismo en el ámbito

nacional, de acuerdo a la Ley Especial de Turismo y su Reglamento de Aplicación, donde constan ubicados por su actividad y su categoría.

De acuerdo con el Ministerio de Turismo, la base de datos de los establecimientos turísticos, permite la recopilación de toda la información de los establecimientos registrados por el ministerio de turismo, en el ámbito nacional, considerado un requisito fundamental, de acuerdo a lo que estipula el reglamento especial de Turismo.

5.1.11. Satisfacción del cliente

Para Blanco, (2001), dice que: “la atención al cliente es un conjunto de acciones y actividades que ejecutadas por la empresa con orientación al mercado, enfocada a identificar las necesidades de los clientes, en la que se hace mucho énfasis en satisfacer sus requerimientos, logrando cumplir a cabalidad cada una de sus expectativas, y por tanto complacer cada una de sus demandas”.

Según, la organización Mundial del Turismo, (OMT) (1988) sostiene que: “los prestadores y operadores turísticos siempre deben de satisfacer las necesidades y demanda de los clientes, ya que son la razón de que haya la oferta turística”. La Satisfacción del Cliente es la aplicación de encuestas, la Oficina aplica tres tipos de encuestas en el año, con distintas periodicidades, satisfacción hotelera, satisfacción con el destino y de satisfacción con la información turística, esta última es de carácter interno y recoge además las necesidades de información de los clientes.

De acuerdo con Bunge, M. (1999), sostiene que la calidad de atención al cliente está directamente relacionada con la calidez, y de esta depende en gran medida el éxito, para progresar, desarrollar y mejorar competencias. Según, el Ministerio de Turismo del Ecuador (2014) señala que: “para determinar las satisfacción de los clientes o turistas, las Isla de Información Turística (ITUR, las empresas

dedicadas al turismo y los prestadores siempre deben de aplicar tres tipos de encuestas al año, procurando recoger las necesidades de información de los turistas”.

5.1.12. Difusión de atractivos turísticos

Según, Pearce, (1991), define a la difusión turística como: “es una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos cuya función primordial es favorecer los estímulos y el surgimiento de nuevos desplazamientos de los turistas, así como también aumentar el crecimiento de la industria hotelera y turística, cuyo fin es netamente económico”.

Para el Ministerio de Turismo del Ecuador, (2014) dice que: “la difusión turística hace referencia a la difusión de aquellos lugares que sirven como destinos turísticos, la misma que permite que los votantes lleguen a un país o una ciudad y dejen ingresos económicos para determinado lugar”. La organización Mundial del Turismo (2010) establece que la difusión turística de los diferentes atractivos de un país o una ciudad se darán mediante medios televisivos, radiales, revistas, diarios, y de manera personalizada a través de la entrega directa de cartas, afiches y folletos que logren despertar la motivación de los visitantes.

5.1.13. Plan de Difusión

Para el Ministerio de Turismo del Ecuador, (2014) “los planes de difusión turística son fundamentales para promocionar los atractivos y destinos turísticos, la misma que permite que los turistas se informen y conozcan las bondades con las que cuenta un determinado país”. Estos planes de difusión se enfocan específicamente en tres:

- Publicidad boca a boca
- Publicidad impresa (afiches, trípticos, etc.)
- Publicidad de marketing

5.2. Atractivos Turísticos

Según, la Organización Mundial del Turismo, (OMT) (2000) Define los atractivos turísticos turismo: “Todas aquellas áreas que atraen a los turistas y que constituye una parte importante para el sector turístico”. De acuerdo con lo anterior, se coincide que los atractivos turísticos turismo son considerada Todos aquellos recursos naturales y culturales que se encuentran en algún lugar, los cuales consecuentemente atraen a los turistas y que constituye una parte importante para el sector turístico.

Según, Tabares, (1986) señala que: “los atractivos turísticos son todos aquellos entornos, espacios, lugares y recursos naturales y culturales de interés e importancia turística que motiva a los viajeros”. Recapitulando la cita del autor, se concuerda que los atractivos turísticos son todos aquellos entornos físicos y lugares de interés turístico que motiva a los viajeros a conocer y disfrutar de los mismos, cuyo fin puede ser científico, educativo, ecológico, o simplemente disfrutar de las bondades naturales culturales de ese atractivo.

Según, Weaver, Lawton, (2002) dice que: “los atractivos turísticos son la suma de fenómenos que prestan los turistas al relacionares con la industria del sector hotelero y turístico de una región o país”. De la cita anterior se encontró que los atractivos turísticos son la suma de todos los bienes y servicios que se brindan y ofertan en la industria hotelera y turística, mismo que permiten desarrollar económicamente a un país.

Para, Mantero, J. C. (1997) “Al adscribirse la definición del turismo de modo excluyente a una actividad económica, objeto de cambio, o en sentido más restricto a una actividad de mercado, objeto de marketing, se restringe a su consideración económica y se relegan sus implicancias culturales y sociales”.

Según, la Organización Mundial del Turismo (1988) propone el principio de turismo sostenible, como respuesta a los impactos negativos que la actividad turística no planificada ocasionaba en los destinos. En forma paralela a la necesidad de gestionar los recursos de manera sostenible desde la oferta, comienza a ser evidente el cambio en la demanda, en relación a las motivaciones de los turistas, que exigen mayor calidad ambiental.

La Organización Mundial del Turismo (1999) define el desarrollo sostenible como aquel que “atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”. Bertoni, M. (2002) “relaciona el turismo ecológico como modalidad de turismo alternativo, con el desarrollo local, en tanto éste requiere de una gestión local y participativa del desarrollo turístico”.

5.2.1. Definiciones del turismo

Según, Ramírez, (1988) define al turísticos como: “el conjunto de relaciones de fenómenos producido por el desplazamiento permanencia de personas fuera de su domicilio o residencia, en efecto dicha permanencia o desplazamiento no está motivada por ninguna actividad lucrativa”. Analizando lo especificado por el autor, se coincide que el turismo es un conjunto de relaciones sociales y comerciales producido por el desplazamiento y permanencia de turistas fuera de su domicilio o residencia, en efecto dicha permanencia permite la generación de empleo, por la demanda en las empresas turísticas y hoteleras.

De acuerdo con Wells, (1982) el turismo se lo define como: “el movimiento temporal de personas, por un periodo inferior a un año a destinos y rutas fuera del

lugar donde trabajo o reside, cuyo fin es emprender actividades de esparcimiento, descanso, ocio, satisfaciendo sus necesidades de turista”. De la cita anterior, se concuerda que el turismo es específicamente una actividad de desplazamiento temporal o permanente, que realizan las personas en busca del ocio y descanso fuera de su ciudad natal.

Según, Taberes, (1986) define al turismo como: “el desplazamiento de personas o masas en el tiempo libre que genera fenómenos económicos, culturales, políticos, educacionales, jurídicos, conformado por un conjunto de actividades, bienes y servicios que se planean desarrollar”. De acuerdo con el autor, se coincide que el turismo es una de las actividades con mayor demanda y es la generadora de divisas, la cual permite establecer la oferta de bienes, servicios y productos turísticos.

Según, Sancho, (1998) define al turismo como: “los desplazamiento cortos y temporales que realizan las personas hacia destinos fuera de la ciudad donde viven, cuyo fin es buscar bienes y servicios que se planean desarrollar”. Analizando la definición del autor, se coincide que el turismo permite el desplazamiento permanente de las personas, cuyos fines pueden ser económicos, culturales, políticos, educacionales, jurídicos, e investigativos.

Según, Geoldner, Ritchie, (2001) sostiene que: “el turismo comprende múltiples y diversas actividades cuando las personas viajan o se desplazan a otros destinos y permanecen fueran de su tierra natal por más de un año consecutivo con fines de gozar y disfrutar de las vacaciones o del tiempo libre, negocios u otras actividades”.

Según, Walter Hunziker (1942) definió los atractivos turísticos como: “un conjunto de relaciones entre los visitantes y los residentes en los lugares que visitan, relaciones entre las que destacó las de compraventa. Por eso, para él, Las

relaciones económicas son tan evidentes que se podría intentar la consideración del turismo como una categoría económica”.

Según, la Organización Mundial del Turismo, (OMT) (1994) Expresa que: “El turismo comprende múltiples actividades que realizan los visitantes durante un viaje y estancias en otras ciudades distintas a su residencia habitual, por un periodo de tiempo inferior a un año, cuyo fin es establecer nuevas relaciones con otras personas, descanso u ocio, por razones netamente de negocio y otras razones”. El surgimiento de nuevos atractivos y tipos de turismo ha generado mejores y mayores ganancias en el campo comercial, por ende muchos empresarios y familias que se dedican a ofrecer paquetes turísticos han mejorado significativamente sus ingresos y estatus de vida.

Según, Altés, (1993) dice que: “El turismo es considerado como una de las segunda fuente de riqueza y de generación de recursos económicos de un país, después del petróleo”. Se concuerda con lo señalado por el autor, el turismo es una de las actividades con mayores demandas a nivel mundial, es generador de fuente de trabajo, incremento económico y comercial.

Para Monterrubio Cordero (1999, pág. 103) El turismo es “un sistema complejo compuesto por un conjunto de elementos, estructuras, interacciones, relaciones y consecuencias de carácter social, cultural, económico, político y ecológico que implica el desplazamiento de uno o varios individuos de su lugar de residencia habitual hacia, y la estancia en, un destino específico, en su mayoría por razones de recreación”. Recapitulando la cita del autor, se coincide que el turismo es un conjunto de actividades encaminadas a satisfacer las necesidades de ocio de las personas que se desplazan de un lugar a otros por más de 24 horas.

Para Molina (1986) “el turismo se articula por medio de un conjunto de subsistemas relacionados a un objetivo conjunto”. Analizando lo citado por el autor, se encontró que el turismo es una actividad promisorio que genera ingresos

económicos y que depende de ciertas viables como establecer objetivos que plantee la empresa a fin de satisfacer la demanda de los usuarios.

Para, Santayana (2001) explica que: “el viaje es una actividad humana de desplazamiento que realizan las personas por un motivo preestablecido que condiciona la identidad del viajero; a diferencia del animal que no es consciente de ello”. De lo anterior señalado por el autor, se establece que el viaje es una actividad turística donde las masas se desplazan a diferentes latitudes y continentes en busca de descanso y de diversión. Según, Alberto Sessa (1971) explica que: “el turismo está mezclado por tres mundos: el sujeto, el desplazamiento y la permanencia. El tipo de lucro, aunque sea parte, no es inherente al turismo.” Por lo tanto, todo desplazamiento en el que esté involucrado un sujeto e implique una residencia temporal es un hecho turístico.

Por su parte Gunn y Var (2002) definen al sistema turístico como: “la convergencia entre oferta y demanda. Entre los indicadores que denotan o forman la oferta están el transporte, los atractivos, la información, los servicios y la promoción”. De lo anterior se puede definir el turismo como una actividad de recreación y ocio, considerada como una de las principales actividades generadoras de divisas. Según, Suarez, (2006) señala que: “La ciudad como centro turístico, es el ámbito donde se originan la multiplicidad de relaciones y repercusiones, por lo que se hace evidente construir una política de desarrollo que involucre las diferentes actividades productivas del centro y su área de influencia, en que el turismo contribuya, como una actividad más, a mejorar la calidad de vida de residentes y turistas”

5.2.2. Destinos y productos turísticos

Para, Bull, (1994) los destinos y productos turísticos, son todos aquellos que: “lugares, ciudades y países hacia el que los visitantes se dirigen o desplazan, teniendo como objetivo principal conocer espacio culturales y naturales”.

Recapitulando sobre la cita del autor, se coincide que los destinos y productos turísticos son aquellos espacios físicos que posee o existen en un lugar, que puede ser una iglesia, un parque, un bosque, un río, lago, cascada, un hotel entre otros que pueden captar la atención de los visitantes.

Según, Cooper, (1993) define el destino turístico como: “la concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de las personas que llegan a un destino como turistas”. Para este autor los destinos turísticos son todas aquellas instalaciones donde se brinda un servicio colectivo o individual a los turistas, cuyo fin es satisfacer sus requerimientos y necesidades.

Para Sancho, (1999) dice que: “los destinos turísticos son, aquellos que hacen referencia a los lugares de acogida, de recepción de los visitantes, ciudad hacia donde tiene que desplazarse la demanda para consumir productos turísticos”. De lo anterior señalado por el autor, se coincide que los destinos y atractivos turísticos son aquellos lugares que llaman la atención de los visitantes, y hacen que los turistas se desplacen hasta el mismo.

Según, Tabares (1986), define los destinos turísticos como: “El conjunto de productos, bienes y servicios que se ofertan y brindan a los turistas en el mercado, en una forma colectiva o individual, satisfaciendo las necesidades y requerimiento de los consumidores”. De acuerdo con lo señalado por el autor, se puede definir también a los destinos turísticos como productos y marcas turísticas que se ofertan en el mercado fuera del país, cuya finalidad es satisfacer la demanda y las necesidades de los consumidores.

5.2.3. Promoción turística

Según, Aceranza, (1992) dice que: “la promoción turística, es una de las actividades destinadas a impulsar información, la cual puede ser a mediano o a

corto plazo, la misma que permite ofertar algún producto”. La promoción se consideran importante los aspectos básicos son:

- Conseguir un producto turístico con una buena relación calidad/precio, acorde con la estabilidad económica de cada persona.
- Acompañar el producto turístico con una buena gestión de los espacios y servicios públicos y con una oferta adecuada desde el punto de vista cultural, lúdico y deportivo.
- Facilitar un servicio eficaz de información y asistencia turística. En las oficinas de turismo se pueden enumerar las principales acciones e instrumentos de promoción.

La Secretaria General del Estado, (1990) señala que: “El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importante, ya que su desarrollo permite que los países industrializados crezca cada día más y genera nuevas oportunidades en los campos empresariales”. De acuerdo con la secretaria, el turismo en los países ha hecho que fundamentalmente haya una incidencia positiva, entre las que destaca las siguientes:

- Desarrollo y crecimiento económico
- Más rentas disponibles para la población
- Tiempo de descanso y ocio para las personas
- Crecimiento demográfico
- Creación de nueva políticas económicas
- Manifestaciones culturales, de costumbres y creencias religiosa
- Horizonte en el campo educativo
- Incremento de la innovación tecnológica

Según, la Organización Mundial del Turismo, (OMT) (1992) señala que: “las actividades turísticas han generado la aparición de nuevos destinos emergentes y

el aumento de visitantes incide en una reestructuración importante en el mercado turístico, en el que los gobiernos locales tienen un papel muy importante, ya que tendrán que crear ordenanzas y políticas que permitan establecer estrategias de promoción y marketing”. Para lo cual la (OMT) sugiere las siguientes estrategias:

- Distinguir la marca turística del país
- Aumentar las estrategias de marketing
- Realizar diversas campañas de marketing
- Crear nuevas áreas del país para el turismo
- Concentrarse en crecimiento del turismo

Para. Kart, K. (1942) señala que: “El turismo es un conjunto de actividades y de relaciones de fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento permanente o temporal de personas fuera de su ciudad o residencia natal, siempre que no esté motivado o relacionado a actividades o labores lucrativas u otras diligencias inherentes al negocio”. El autor destaca además que:

- El turismo no es solo una actividad de viajar, sino una ciencia o conocimiento interdisciplinario, que se lo define desde diferentes puntos de vista.
- El turismo genera desplazamiento en las personas, por lo que no es posible hacer o realizará actividades turísticas en el lugar donde se reside o trabaja.
- La realización de las actividades turísticas es temporal, porque muchos de las personas que los realizan lo hacen con la finalidad de regresar a su tierra natal.
- El turismo siempre se lo realiza fuera de la ciudad natal, cuyo fin general es poder conocer nuevos atractivos y determinar la calidad de servicios, en ese lugar oferta.
- En la realización del turismo por lo general se excluyen las actividades lucrativas, es decir los negocios.

Para, Cohen, (1988), dice que: “las actividades turísticas se las puede definir como los procesos cíclicos, cuyo fin global es dislocación dentaria y el desplazamiento físico de las personas a un espacio lejano y ajeno a su residencia habitual, con fines de ocio y recreativos para luego una reinserción cumpliendo temporalmente necesidades específicamente psíquicas de curiosidad y de evasión”.

Según, Monterrubio, C. (2011) dice que: “El turismo es un sistema complejo, que está compuesto por un conjunto de actividades, elementos, relaciones sociales, estructuras, y de interacciones específicamente de carácter cultural, educacional, social, político, ecológico, económico y comercial, que implica el desplazamiento de uno o varias personas de su ciudad natal hacia otras localidades por un tiempo inferior a un año, en su mayoría lo hacen por ocio y recreación”.

Según, Gunn y Var, (2002) definen al turismo como: “un sistema en convergencia entre la demanda y la oferta, cuyos indicadores que denotan o forman parte de la oferta, son los servicios de transportes, los diversos atractivos, la información proporcionada, la calidad de los servicios y la promoción de los recursos”.

Para García, O. (2004) el turismo es: “un sistema comprendido como un conjunto de componentes intercomunicados entre sí, en otras palabras es un sistema que comprende servicios, productos, oferta por parte de quienes se dedican a proveer de servicios turísticos a las personas que vienen en busca del ocio y de la recreación”.

Según, Neil, L. (1979) sostiene que: “el sistema turístico tiene tres elementos fundamentales y bien definidos, que hacen del mismo una de las actividades más promisorias para la generación de empleo y recursos económicos”. Componentes que son los siguientes:

- Los turistas, quienes ponen en funcionamiento con sus prácticas a toda la maquinaria turística
- Los elementos geográficos, de las cuales pueden distinguirse la región emisora, de tránsito y receptora,
- La industria turística propiamente dicha, que se compone de toda una gama de negocios y empresas que operan en la dinámica del mercado.

5.2.4. Clases de turismo

Según, la Organización Mundial del Turismo, (OMT) (1992) señala que: “existen diversas clases de turismo, las cuales genero la aparición de nuevos destinos y el aumento de visitantes, agrega además que existen tres tipos que pueden combinarse entre sí”. En el sentido de los viajeros, los tipos de turismos pueden ser los siguientes:

- El turismo emisor: Es aquel que realizan las personas residentes de un país cuando salen fuera de su residencia habitual.
- El turismo receptor: Es aquel que realizan las personas no residentes de un país cuando llegan a su residencia habitual.
- El turismo interno: Es aquel que realizan las personas residentes de un país cuando viajan dentro de su mismo país o ciudad

Según, Bartelmus (1986) señala que: el entorno, considerado como aquellas “condiciones e influencias que se interrelacionan con el hombre –componentes naturales, sociales y creados por la mano del hombre”; y el desarrollo, visto como “un proceso para mejorar el bienestar humano”, están estrechamente relacionados.

Según, Boni, (2000) “en su análisis teórico sobre las actividades turísticas, distinguió que existen tres grandes líneas en las actividades productivas turísticas”. Misma que se describen a continuación:

- La primera línea se sitúa dentro de la productividad de las empresas turísticas y hoteleras, que transforman a la materia prima en productos acabados y otras brindan bienes y servicios.
- La segunda línea se refiere específicamente a la distribución de las actividades y los servicios que se distribuyen como bienes y servicios turísticos, directamente de productor a los consumidores.
- La tercera línea consiste estrictamente en identificar y establecer las condiciones de los viajeros y sus componentes, es decir determinar de dónde llegan los turistas, los medios de transportes usados, la naturaleza del viaje, el tiempo de permanencia en esa ciudad.

Según, Boni, (2000) apunta que: “los Sistema Turísticos, permiten establecer las tipologías de turismo, estos sistemas son considerados y denominados conjuntos de procedimientos, ideas y principios, los cuales están lógicamente ordenados y anexados con la finalidad de ver el buen funcionamiento de las actividades turísticas”. De lo anterior se puede decir que los Sistema Turísticos, permiten situar a las actividades turísticas en toda su amplitud y complejidad, en un esquema sintetizador y dinámico que demuestra la combinación y variedad de los espacios y entornos turísticos.

Según, Mill y Morrison, (2002) sostiene que: “en los atractivos y destinos turísticos existen diversos elementos, a los que se lo conoce como destino mix, que juntos proporcionan actividades y experiencias turísticas a las personas”. Estos elementos son los que se describen a continuación:

- Atracciones
- Acontecimientos

- Eventos
- Infraestructura urbana y rural
- Transportes aéreos, terrestres y fluviales
- Hospitalidad

5.2.5. Recursos turísticos

Según, Geoldner, Ritchie, (2001) sostiene que: “los recursos turísticos son todos aquellos bienes y servicios que por intermedio de los prestadores y operadores turísticos se hace posible las diversas actividades turística, recursos que comprenden dos categorías fundamentales naturales y culturales, mismas que se convierten en productos turísticos”. De acuerdo al autor los recursos turísticos son todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda. Posteriormente se transforma en un producto turístico.

Para, Monterrubio, C. (2011) los recursos turísticos son: “son todos aquellos recursos naturales y culturales que potencialmente son desarrollados con fines económicos, ecológicos, educativos, culturales y científicos, los cuales atraen a las personas con la finalidad recrearse y poder disfrutar de las bondades naturales que Dios ha credo y de las extraordinarias obras desarrolla por el hombre.

Concretamente, la actividad turística tiene impactos considerables sobre el entorno Stankovic (1991) afirma que “el turismo es un consumidor específico de recursos naturales, ya que éstos constituyen la base para el desarrollo de la actividad turística”.

Asimismo, la preocupación por la situación de algunas áreas turísticas tradicionales, lleva a Krippendorf (1987) a afirmar que “el turismo destruye todo lo que toca”. Efectivamente, existen límites a la capacidad de adaptación de los ecosistemas, que se reflejan en una reducción irreversible de la diversidad

ecológica. Algunos destinos muestran signos de crisis y estrés que exigen un cambio de actitud de los actores implicados en la industria turística: las empresas, las autoridades, la población residente y los visitantes.

5.2.6. Atractivos turísticos del cantón Tosagua

De acuerdo con los inventarios realizados el Departamento de Turismo del GAD-Municipal del cantón Tosagua, (2015), existen los siguientes atractivos turísticos que son visitados por los turistas, entre los atractivos de destacan los siguientes:

Comida Típica.- La gastronomía de Tosagua es muy variada gracias a las bondades de sus tierras fértiles que se cosecha todo tipo de verduras y granos; entre los platos más destacado se tiene: la hallaca, el suero blanco, el caldo de gallina criolla con yuca y plátano asado, el pan de almidón, las tortillas de maíz o yuca, tamales, pan, dulces, manjar de leche, mistelas, rompopo, corviche, y cerca del río Carrizal el chame frito y asado; el queso es también un plato importante, por ser zona ganadera.

Hipódromo.- Tosagua se caracteriza por ser una ciudad hípica, periódicamente se realiza carreras de caballo donde llegan visitantes de todo Manabí, es una actividad muy apreciada entre los habitantes de los cantones vecinos. Podemos encontrar el hipódromo llamado “Los Tulipanes” ubicado a ½ vía a Bahía de Caráquez.

Sitio: La Pitahaya.- Un atractivo turístico de esta ciudad es la Fundación Abdón Bermúdez encargada de la comunidad y preservación de la vida silvestre y de un sin número de planta, donde se recibe a personas o instituciones que quieran tener conocimiento sobre las plantas.

Sitio: El Barro.- Su nombre se origina por sus trabajos en alfarería que son reconocidos a nivel local e inter-cantonal. El material básico de estas ollas de

barro, es la arcilla, que es una tierra plástica, grasa, blanda e impermeable, fácil de trabajar, capaz de conservar indefinidamente, una vez cocida, la forma que se le dio. Se elabora mediante técnicas de alfarería a mano.

Sitio El Juncal.- La fauna silvestre es la que llama más la atención en los valles y colinas de este sitio donde podemos encontrar palomas sabaneras y santa cruz, piyajas que con su gran habilidad construyen sus casas de tierra en forma redonda sobre una rama de árbol en forma de y la que permite que esta no se destruya fácilmente, los lincheros de color negro y amarillo pronostican la llegada de la estación invernal.

5.2.6.1. Ángel Pedro Giler

Esta parroquia se encuentra bañada por el río Carrizal lo que la hace privilegiada con balneario de agua dulce muy apreciada por todos los manabitas; sumado a la gastronomía típica del sector es un atractivo turístico potencial.

La Represa “Ángel Pedro Giler”.- Otros de los atractivos turísticos de esta parroquia es la Represa que lleva su mismo nombre. Recibe todos los días turistas de los cantones vecinos.

Granja orgánica Nueva Esperanza.- Esta finca es una verdadera belleza, con 6 hectáreas de bosque natural, una laguna, y amplias zonas verdes y árboles en toda la finca y para la migración de las aves que anidan. La región donde se encuentra la finca, tiene el clima ideal para el cultivo de banano orgánico.

5.2.6.2. San José De Bachillero

Esta parroquia también se encuentra bañada por el río Carrizal, tiene una hermosa naturaleza, lo que hace de los balnearios de agua dulce un paraíso encantado.

Las chameras.- Bachillero es muy conocido por su palto típico el chame frito, pez que lo crían artesanalmente en pequeñas posas de agua llamadas chameras; conjuntamente con la bella naturaleza del sector estas chameras brindan al turista hermosos paisajes.

Sitio Botija Adentro.- En este sitio y sus alrededores se encontraron vestigios arqueológicos como objetos de oro y barro, lo que convierte a este sector en una nueva opción de turismo. La Botija formaba parte de la vía del ferrocarril que atravesaba el cantón Tosagua para llegar a su destino final la ciudad de Bahía de Caráquez, estas huellas todavía permanecen en este sitio.

Los atractivos turísticos se los define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico.

5.2.7. Impactos medio ambientales del turismo

Los impactos que la actividad turística tiene sobre el entorno en el que se desarrolla y asienta son muy diversos. Puesto que las atracciones naturales, por sí solas, son insuficientes para satisfacer a los turistas, necesitan ser completadas con otros elementos de apoyo, como infraestructuras, deportivas, sanitarias, aeropuertos, etc. y alojamientos.

a) Impactos negativos: Entre los problemas que ocasiona el desarrollo de los resorts turísticos, se deben destacar aquellos de tipo urbanístico y arquitectónico (arquitectura estandarizada), que pueden quedar englobados bajo la denominación contaminación arquitectónica. Existen numerosos ejemplos de desarrollos urbanos no integrados en el paisaje, con yuxtaposición de edificios con estilos

arquitectónicos diferentes, que no siguen las formas de construcción habituales de las áreas receptoras y las tradiciones urbano-arquitectónicas de la zona.

b) Impactos positivos: Las situaciones de crisis y estrés de un destino han dado lugar a la aprobación de medidas de conservación y mejora de la calidad ambiental. Puesto que un entorno bien preservado tiene un valor real para la actividad turística y, por tanto, para la economía local y nacional, el turismo puede contribuir a revalorizar el entorno natural de una zona. Como afirman Mathieson y Wall (1982), “es difícil determinar el grado de responsabilidad única del turismo en la adopción y expansión de medidas de conservación, aunque es evidente que la actividad turística juega un papel de estímulo importante”.

5.2.8. Ley del turismo del Ecuador

Art. 2: Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3: Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;

- La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

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

- Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- Fomentar e incentivar el turismo interno.

Art. 26: (Incentivos) Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresa de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo.

La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Única de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de 90 días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del cantón respectivo,

caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo.

En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Única de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar la exoneración contemplada en el presente artículo.

3. Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo.

Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el contribuyente como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo.

4. Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales garantías y abonos. En la ejecución del proyecto formulado, son aplicables estos beneficios, lo que devendrá a futuro en ser competitivos a nivel nacional e internacional.

CAPITULO II

6. HIPÓTESIS

El estudio de factibilidad de una isla de información turística incide en la difusión de los atractivos turísticos del cantón Tosagua en el periodo 2013

6.1. VARIABLES

6.1.1. Variable Independiente

- Estudio de factibilidad de una isla de información turística

6.1.2. Variable Dependiente

- Atractivos turísticos

6.1.3. Termino de Relación

Incide

CAPITULO III

7. METODOLOGÍA

7.1. Tipo de investigación

En esta investigación se utilizó la investigación documental porque a través de ella se recopiló la información necesaria para la elaboración del trabajo, se aplicó la investigación de campo para recoger datos en el lugar de los hechos.

Además fue de tipo bibliográfica, por el valioso aporte teórico encontrado en libros, folletos, sobre las variables del tema.

Así mismo se utilizó la web grafía considerando sitios webs con información valiosa para la realización de esta investigación.

7.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación que se aplicó fue la exploratoria, ya que permitió sintetizar la información sobre un ITUR.

También se empleó el nivel descriptivo, a través del cual se detalló los resultados de las técnicas de recolección e información como encuestas y entrevistas.

7.3. Métodos

En la realización del trabajo investigativo se aplicaron los siguientes métodos:

- **Método inductivo – Deductivo:** este método permitió a los investigadores a deducir las particularidades de la información relevante, en el mismo que se aplicó para llegar a comprobar la hipótesis de investigación planteada y posteriormente establecer las respectivas conclusiones.

- **Método Sintético:** se lo aplico a través de la interpretación de los análisis y resultados de las encuestas aplicadas a los representantes del sector hotelero y turístico.
- **Método Histórico – Lógico:** se lo aplico para la profundización, e indagación de la información teórica sobre los antecedentes históricos, conceptuales y referenciales del turismo.
- **Método de Campo:** se lo aplico mediante la investigación de campo, en la entrevista realizada a los representantes del sector turístico y hotelero, luego permitió establecer y llegar a las conclusiones.
- **Método Estadístico:** se lo aplico mediante la tabulación de los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los representantes del sector turístico y hotelero, luego permitió establecer y llegar a las conclusiones.

7.4. Técnicas de recolección de información

Las técnicas que se utilizaron fueron las siguientes:

Encuesta.- Dirigida a través de un cuestionario de preguntas, se realizó a varios habitantes del cantón Tosagua.

Entrevista.- Así mismo se recolectó información de una representante del sector turístico mediante la entrevista.

7.5. Población y muestra

7.5.1. Población

La población objeto de esta investigación fue de 98 habitantes del cantón Tosagua al azar, a los cuales se les aplicó la encuesta y a 2 representante del sector turístico la entrevista.

8. MARCO ADMINISTRATIVO

8.1 Recursos Humanos

- Investigadores: Sr. Mero Zambrano Yimy Enrique y Sra. Utreras Domínguez Tania Mercedes
- Tutora del Trabajo de Titulación Lcda. Cecilia Zambrano Cedeño, Mg. Ge.

8.2 Recursos Financieros:

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Alquiler Computador	2	200.00	\$400.00
Internet	varios	-	\$80.00
Transporte	varios	-	\$200.00
Flash memory 4g	2	\$15.00	\$30.00
Impresiones b/n	500	\$0.10	\$50.00
Impresiones color	50	\$0.25	\$12.50
Anillados	4	\$2.00	\$8.00
Empastado	3	\$10.00	\$30.00
Material de oficina	varios	-	\$50.00
Refrigerios	varios	-	\$100.00
Copias b/n	\$1.00000	\$0.05	\$50.00
Copias color	60	\$0.10	\$6.00
Sub total			1016.50
Imprevisto			101.65
Total			1118.15

Elaborado por: Mero Yimy y Utreras Tania

CAPÍTULO IV

9. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

9.1. Resultados de encuestas aplicadas a los habitantes del cantón Tosagua.

1 ¿Conoce Ud. cuál es la función de una Isla de Información Turística?

Tabla N° 1

Alternativas	F	Porcentaje
Si	68	32%
No	30	68%
Total	98	100%

Fuente: habitantes del cantón Tosagua

Autores: Mero Zambrano Yimy Enrique y Utreras Domínguez Tania Mercedes

Gráfico N° 1



Análisis e Interpretación: De esta encuesta realizada, en este ítem el resultado demuestra que el 68% de los habitantes no conoce cuál es la función de una Isla de Información Turística, mientras que un 32% si conoce. Si existiera un ITUR en el cantón Tosagua, sus habitantes tendrían un claro enfoque de las funciones que cumple.

2 ¿Considera Ud. importante la presencia de una Isla de Información Turística en el cantón Tosagua?

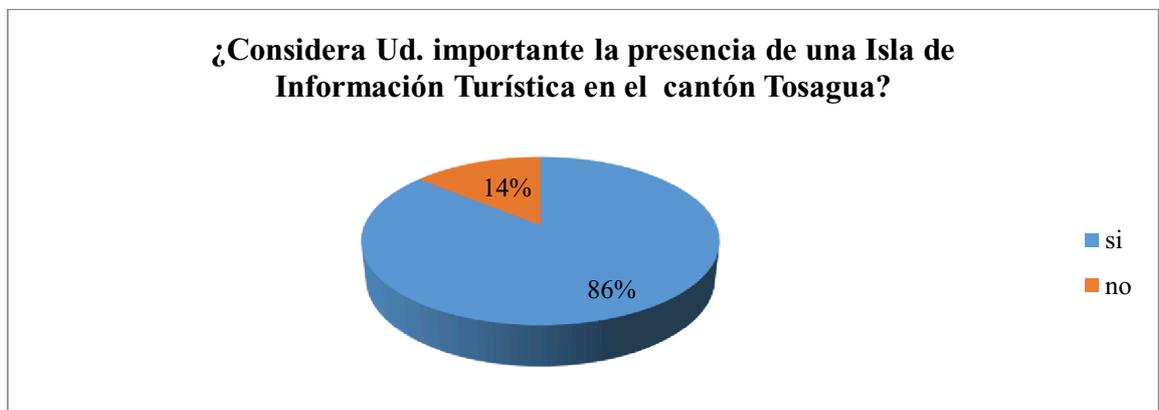
Tabla N° 2

Alternativas	F	Porcentaje
Si	85	86%
No	13	14%
Total	98	100%

Fuente: habitantes del cantón Tosagua

Autores: Mero Zambrano Yimy Enrique y Utreras Domínguez Tania Mercedes

Gráfico N° 2



Análisis e Interpretación: según los resultados obtenidos un 86% opinan que sí es importante la presencia de una Isla de Información Turística en el cantón Tosagua, porque esta aportaría en su desarrollo turístico, y un 14% que no porque aún falta impulsar los recursos turísticos del cantón.

Hoy en día el turismo es una de las actividades con mayor crecimiento en el Ecuador, pero de tal manera los habitantes opinan que es de gran importancia contribuir a su desarrollo en el cantón.

3 ¿Estima Ud. necesario realizar un análisis de la situación actual del turismo en el cantón Tosagua?

Tabla N° 3

Alternativas	F	Porcentaje
Si	75	74,07%
No	24	25,93%
Total	98	100%

Fuente: habitantes del cantón Tosagua

Autores: Mero Zambrano Yimy Enrique y Utreras Domínguez Tania Mercedes

Gráfico N° 3



Análisis e Interpretación: con respecto a esta interrogante, nos demuestra que para un 74.07% es necesario realizar un análisis de la situación actual del turismo en el cantón Tosagua y un 25.93% dice que no.

Se concluye que realizar un análisis de la situación actual del turismo es de vital importancia para el desarrollo turístico del cantón.

4 ¿Cree Ud. que el cantón Tosagua reúne las características necesarias para contar con la presencia de una isla de información turística?

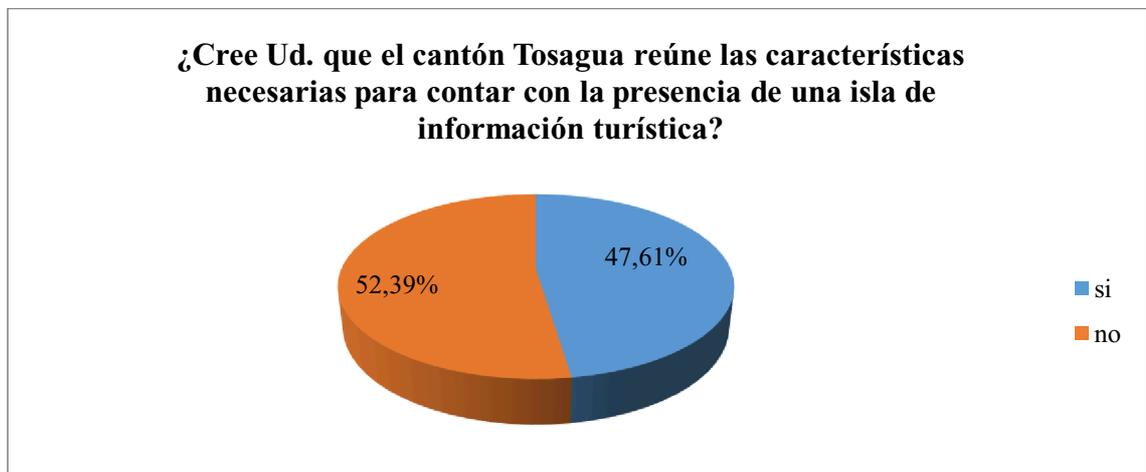
Tabla N° 4

Alternativas	F	Porcentaje
Si	53	47,61%
No	45	52,39%
Total	98	100%

Fuente: habitantes del cantón Tosagua

Autores: Mero Zambrano Yimy Enrique y Utreras Domínguez Tania Mercedes

Gráfico N° 4



Análisis e Interpretación: según los resultados obtenidos un 52.39% opinan que el cantón Tosagua no reúne las características necesarias para contar con la presencia de una isla de información turística y para un 47.61% consideran que sí.

Como resultado obtenido se evidencia que aun el cantón Tosagua no reúne las características suficientes para contar con un Itur.

5 ¿Estima Ud. Importante identificar los atractivos turísticos del cantón Tosagua?

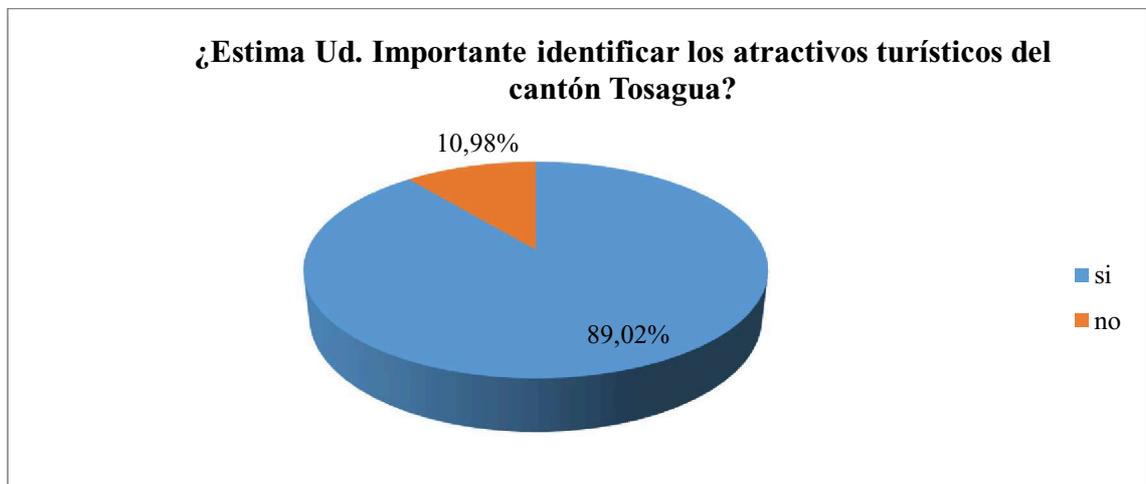
Tabla N° 5

Alternativas	F	Porcentaje
Si	89	89,02%
No	9	10,98%
Total	98	100%

Fuente: habitantes del cantón Tosagua

Autores: Mero Zambrano Yimy Enrique y Utreras Domínguez Tania Mercedes

Gráfico N° 5



Análisis e Interpretación: por tal razón a la interrogante los habitantes del cantón Tosagua contestaron en un 89.02% que si es importante identificar los atractivos turísticos, y un 10.98% que no.

Si bien es cierto identificar los atractivos turísticos que tiene el cantón es de vital importancia para su relevancia en el ámbito turístico.

6 ¿Cree Ud. conveniente que exista una guía turística de los atractivos del cantón Tosagua?

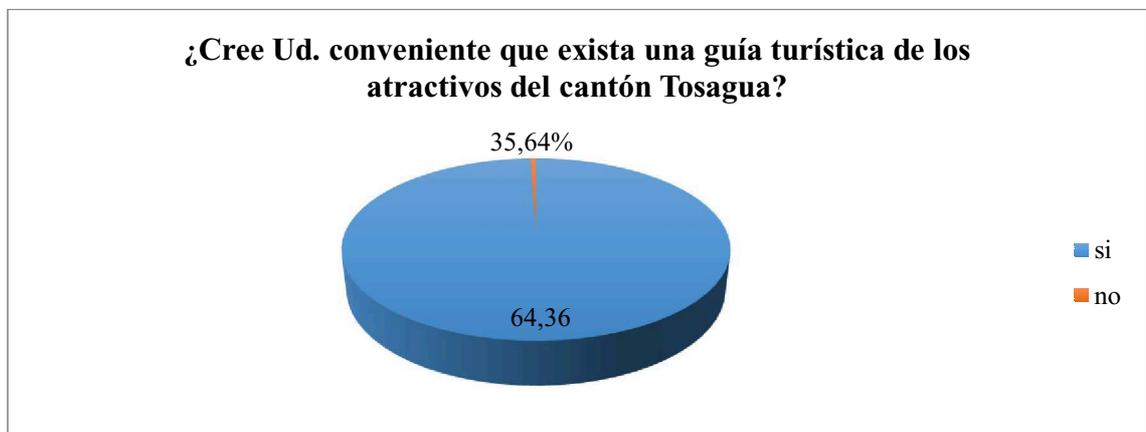
Tabla N° 6

Alternativas	F	Porcentaje
Si	65	64,36%
No	33	35,64%
Total	98	100%

Fuente: habitantes del cantón Tosagua

Autores: Mero Zambrano Yimy Enrique y Utreras Domínguez Tania Mercedes

Gráfico N° 6



Análisis e Interpretación: por tal razón a la interrogante los habitantes del cantón Tosagua contestaron en un 89.02% que si es importante identificar los atractivos turísticos, y un 10.98% que no.

Si bien es cierto identificar los atractivos turísticos que tiene el cantón es de vital importancia para su relevancia en el ámbito turístico.

7 ¿El modo como se está promocionando los atractivos turísticos del cantón Tosagua es?

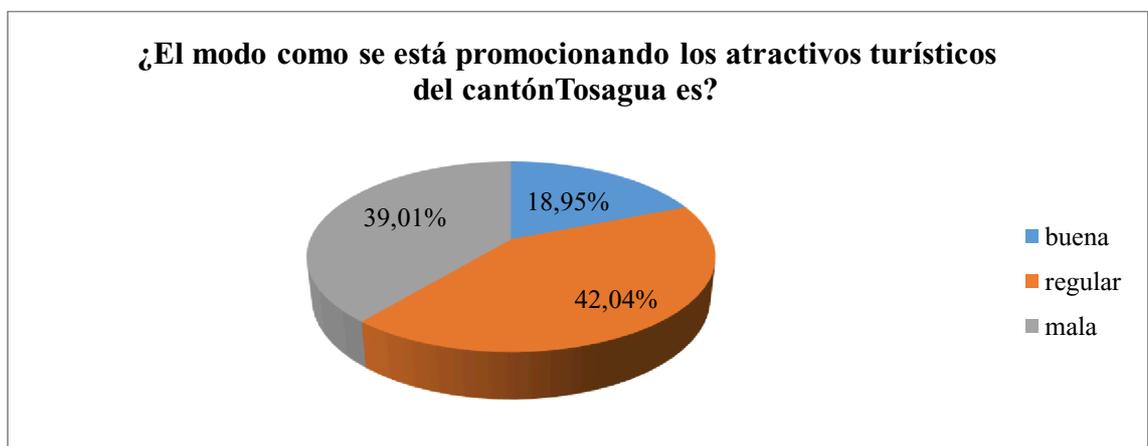
Tabla N° 7

Alternativas	F	Porcentaje
Buena	18	18,95%
Regular	42	42,04%
Mala	38	39,01%
Total	98	100%

Fuente: habitantes del cantón Tosagua

Autores: Mero Zambrano Yimy Enrique y Utreras Domínguez Tania Mercedes

Gráfico N° 7



Análisis e Interpretación: con resultados del 42.04% tenemos que los atractivos turísticos del cantón Tosagua se están promocionando de forma regular, un 39.01% mala y un 18.95 buena.

Se concluye que es necesario realizar campañas de publicidad y marketing para promocionar en un 100% los atractivos del cantón.

8 ¿Considera Ud. que hay que elevar la promoción de los atractivos del cantón Tosagua, mediante estrategias de publicidad?

Tabla N° 8

Alternativas	F	Porcentaje
Si	90	89,48%
No	8	10,52%
Total	98	100%

Fuente: habitantes del cantón Tosagua

Autores: Mero Zambrano Yimy Enrique y Utreras Domínguez Tania Mercedes

Gráfico N° 8



Análisis e Interpretación: con relación a esta pregunta, los habitantes contestaron en un 89.48 que si hay que elevar la promoción de los atractivos del cantón Tosagua mediante estrategias de publicidad, mientras que un 10,52 menciona que no.

Ante este acierto se puede decir que los habitantes del en su mayoría se interesan por elevar el turismo en el cantón.

9 ¿Cree Ud. que una isla de información turística contribuya directamente al desarrollo del turismo sostenible y sustentable del cantón Tosagua?

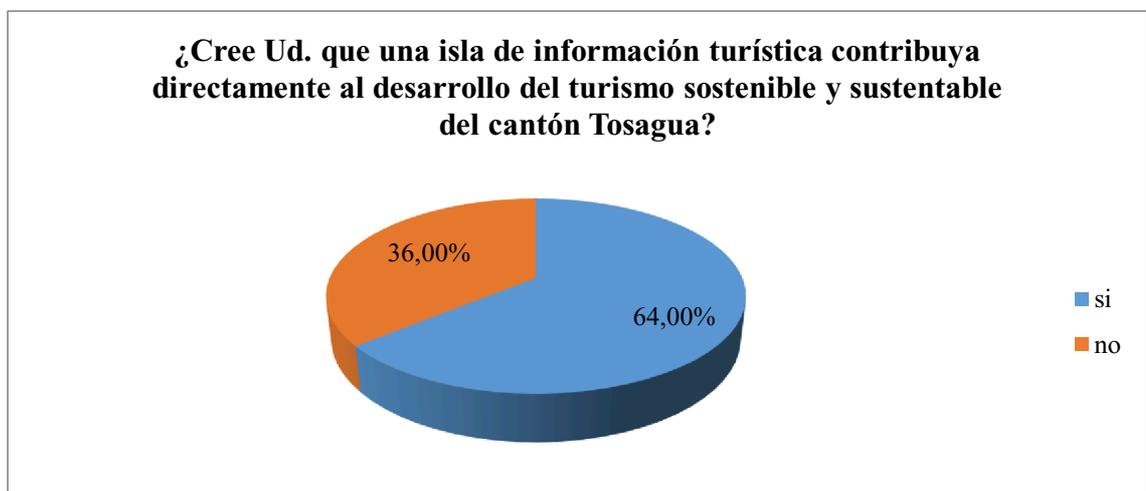
Tabla N° 9

Alternativas	F	Porcentaje
Si	90	64,00%
No	8	36,00%
Total	98	100%

Fuente: habitantes del cantón Tosagua

Autores: Mero Zambrano Yimy Enrique y Utreras Domínguez Tania Mercedes

Gráfico N° 9



Análisis e Interpretación: con un 64.00% los habitantes del cantón Tosagua si creen que la Isla de Información Turística si contribuya directamente al desarrollo del turismo, mientras que un 36.00% dicen que no.

De acuerdo a los resultados obtenidos es evidente que el cantón Tosagua necesita de proyectos viables que lo consoliden como un destino turístico.

10. ¿Cree Ud. Que si se capacita a los habitantes del cantón Tosagua en difusión turística permitirá aumentar el desarrollo turístico del cantón?

Tabla N° 9

Alternativas	F	Porcentaje
Si	90	64,00%
No	8	36,00%
Total	98	100%

Fuente: habitantes del cantón Tosagua

Autores: Mero Zambrano Yimy Enrique y Utreras Domínguez Tania Mercedes

Gráfico N° 10



Análisis e Interpretación: El 64.00% de los habitantes del cantón Tosagua consideran que si se capacita a los habitantes del cantón Tosagua en difusión turística se podrá aumentar el desarrollo turístico del cantón y el 36.00% expresan que no.

De acuerdo a los resultados obtenidos es evidente que los habitantes del cantón Tosagua necesita urgentemente capacitares en temáticas de difusión turística lo cual permitirá aumentar el desarrollo turístico del cantón.

9.2. Análisis de entrevista aplicada a los representantes del sector turístico

1. ¿Que opina Ud. Sobre los Isla de Información Turística (ITUR)? O.E.1

En esta interrogante opinó que es de mucha importancia la isla de información turística, puesto que permite que las personas que visitan el cantón pueden conocer los diferentes atractivos turísticos que posee el canto.

2. ¿Por qué cree Ud. que es importante realizar un estudio de factibilidad de una Isla de Información Turística en el cantón Tosagua? O.E.1

Se considera de mucha relevancia la realización de un estudio de facilidad ya que este permitirá ver si existen personas e instituciones para trabajar mancomunadamente en beneficio y desarrollo del sector y las actividades turísticas.

3. ¿Cómo considera Ud. que se puede realizar un análisis de la situación actual del turismo en el cantón Tosagua? O.E.2

Recalcó que el análisis de la situación actual del turismo en el cantón Tosagua se lo puede realizar mediante investigaciones e indagaciones a las personas que se dedican permanentemente a las actividades turísticas.

4. ¿Cuáles cree Ud. que son las características que reúne el cantón Tosagua para contar con la presencia de una Isla de Información Turística? O.E.2

Destacó también que entre las principales característica que reúne el cantón Tosagua para contar con la presencia de una Isla de Información Turística es la variedad de atractivos que cuenta, como por ejemplo ríos de agua dulce, el hipódromo los Tulipanes, la gruta de la Santísima Virgen María Inmaculada Concepción.

5. ¿De qué forma se puede identificar los atractivos turísticos del cantón Tosagua? O.E.3

Enfatizó además que para poder identificar los atractivos turísticos del cantón Tosagua, es preciso hacer un inventario de los mismos, donde se los clasifique según tipos y subtipos, y de esa forma poder promocionarlo.

6. ¿Qué atractivos turísticos del cantón Tosagua conoce Ud.? O.E.3

De conformidad con esta pregunta, la entrevistada mencionó tres de los principales atractivos turísticos con los que cuenta el cantón, entre ellos el humedal la Sabana espacio acuático donde se aprecia una gran variedad de flora y fauna, balneario la Estancilla que es un río de agua dulce donde miles de turistas se refrescan con sus cálidas y cristalinas aguas y por último el imponente hipódromo Los Tulipanes que es un lugar donde la hípica enamora a los visitantes de este polo de desarrollo llamado Tosagua.

7. ¿Cómo se está realizando la difusión turística en el cantón Tosagua? O.E.4

Señaló que la difusión turística en el cantón Tosagua se la realiza por medio de trípticos y afiches que el departamento de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Tosagua elabora y otra de las instituciones es el Gad- Provincial de Manabí a través de su publicidad en los principales medios televisivos.

8. ¿De qué manera se está promocionando el turismo en el cantón Tosagua? O.E.4

Destacó que el turismo en el cantón se lo está promocionado permanentemente, mediante ferias que se realizan, donde se expende la gastronomía y bebidas

exóticas de la zona, así como también cuando se va a otros cantones en representación del sector turístico, allí se dan a conocer cada una de las bondades del cantón.

9. ¿De qué forma contribuye la presencia de una Isla de Información Turística al desarrollo del cantón Tosagua? O.E.5

Con respecto a la pregunta la entrevistada recalcó que la implementación de Isla de Información Turística contribuiría significativamente al desarrollo turístico del cantón y especialmente los turistas tenderán la oportunidad de conocer cada una de las ofertas y lugares turísticos que posee el corazón de Manabí.

10. ¿Cree Ud. Que si se capacita a los habitantes del cantón Tosagua en difusión turística permitirá aumentar el desarrollo turístico del cantón? O.E.5

Para concluir el entrevistado resalto que si se necesita urgentemente capacitar en temáticas a los habitantes del cantón en temáticas de difusión turística lo cual permitirá aumentar el desarrollo turístico del cantón y por consiguiente los operadores y prestadores turísticos podrán ofrecer un servicio a los visitantes con más profesionalismo.

10. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Una vez finalizada, analizada e interpretada todas las encuestas, entrevista y ficha de observación, se pudo determinar que la hipótesis: “Estudio de factibilidad de una isla de información turística incide en la difusión de los atractivos turísticos del cantón Tosagua en el periodo 2013. Es positiva, misma que se comprobó con las siguientes preguntas:

En la pregunta N° 1 de la encuesta realizada a los habitantes del cantón Tosagua, se determinó que el **68%** de los encuestados manifestaron que no conocen que cual es la función de una Isla de Información Turística (ITUR).

En la pregunta N° 4 de la encuesta realizada a los habitantes del cantón Tosagua, se conoció que **89,02%** de los encuestados aducen que el cantón Tosagua si reúne las características necesarias para contar con la implementación de una Isla de Información Turística (ITUR).

En la pregunta N° 7 de la encuesta realizada a los habitantes del cantón Tosagua, se determinó también que **42.04%** de los encuestados aducen que el modo como se promocionan los atractivos turísticos del cantón es regular.

En la pregunta N°9 de la encuesta realizada a los habitantes del cantón Tosagua, se conoció además que **64%** de los encuestados considera que implementación de una Isla de Información Turística (ITUR) si contribuirá al desarrollo turístico del cantón.

En la pregunta N° 1 de la entrevista realizada a los representantes del sector turístico, se conoció que la Isla de Información Turística (ITUR) contribuiría en un **100%** en el desarrollo turístico del cantón.

En la pregunta N° 3 de la entrevista realizada a los representantes del sector turístico, se comprobó que el **100%** de los entrevistados consideran pertinente que se realice análisis de la situación actual del turismo en el cantón.

En la pregunta N° 5 de la entrevista realizada a los representantes del sector turístico, el **100%** de los entrevistados consideran que se debe hacer un inventario para identificar cada uno de los atractivos turísticos que posee el cantón.

En la pregunta N° 10 de la entrevista realizada a los representantes del sector turístico, el **100%** de los entrevistados coinciden en que si se capacita a los habitantes del cantón Tosagua en difusión turística se podrá aumentar el desarrollo turístico del cantón.

Entonces de conformidad con los resultados arrojados por la investigación se establece que: El Estudio de factibilidad de una isla de información turística alcanza el **100%** de incidencia en la difusión de los atractivos turísticos.

CAPITULO V

11. CONCLUSIONES

Culminada ya la investigación y comprobada la hipótesis de este trabajo de investigación se puede proceder al desarrollo o realización de la conclusión, para determinar si el desarrollo y ejecución de esta investigación se logró con éxito.

- Se pudo comprobar la importancia de una Isla de Información Turística en el cantón Tosagua para el desarrollo de la localidad y de Manabí siendo este considerado el centro de los cantones por donde convergen quienes se trasladan desde y hacia las demás provincias.
- Mediante la información obtenida de la aplicación de la investigación se identificó que el cantón Tosagua posee varios puntos de atracción turística dentro del casco urbano y rural.
- Con los diferentes puntos de difusión se da a conocer los atractivos turísticos que el cantón Tosagua tiene.
- Para finalizar se concluye que con la implementación de una capacitación a los involucrados permitirá mejorar los servicios turísticos que oferta el cuánto.

12. RECOMENDACIONES

En concordancia con las conclusiones planteadas, se hace posible sugerir las siguientes recomendaciones:

- Verificar si los procesos para el estudio de factibilidad son acorde para llevar a cabo proyectos microturísticos y macroturísticos.
- Crear o imprimir la Isla de Información Turística (ITUR) para que el turismo sea potenciado y controlado.
- Incrementar las actividades turísticas donde se fomente y promueva el turismo a nivel local y provincial.
- Para finalizar se recomienda la aplicación de una capacitación como estrategia clara que ayude a mejorar el servicio turístico que se ofertan.

13. BIBLIOGRAFÍA

- ANDRADE, José Vicente (1992.)de.-Turismo, fundamentos e dimensões, S.P.,Ática.
- BARRÓN ARAOZ, Ricardo. (1996.)“Marketing Estratégico”. Herrera Editores. Lima. Perú.
- BOGNE SCHLUTER, R. (2008) Turismo: una versión integradora. Buenos Aires.
- BOULLÓN, Roberto, (1995.)Ecoturismo. Sistemas Naturales y Urbanos.
- CALLIZO-SONEIRO, J (1991) Aproximación a la Geografía del turismo. Madrid: Editorial Síntesis.
- CEBRIAN ABELLAN, Francisco;(2008) “Turismo Rural y Desarrollo Local. Ediciones de la Univeridad de Castilla, Sevilla.
- FERNÁNDEZ FÚSTER, Luis (1985). Introducción a la teoría y técnica del turismo.
- GETINO, O. (2002) Turismo: entre el ocio y el negocio. Buenos Aires, Ediciones Ciccus.
- GONZÁLES RODRÍGUEZ, José (1992^a). Turismo, demografía y ocupación del suelo en el Valle de la Orotava. La dinámica de sistemas en la simulación.
- HERNÁNDEZ CASTILLO, (2000) Calidad En El Servicio sección: administración turismo y hotelería.
- KORSTANJE, M. (2008) Epistemología de la Palabra para las Ciencias del Turismo. Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas, 19 (3), 93-111.

- KOTLER, Philip, (1985) Fundamentos de Mercadotecnia, Prentice Hall.
- MINISTERIO DE TURISMO del Ecuador (2003). Plan integral de marketing turístico del Ecuador: Fase I, II, III e informe final Barcelona.
- MINISTERIO DE TURISMO del Ecuador (2004) Manual de estructuración técnica y legal del fondo mixto de promoción turística Quito.
- MONTANER MONTEJANO, Jordi (2006.); Marketing Turístico, Segunda Edición, Editorial Síntesis S.A, España.
- MONTERRUBIO CORDERO, J. C (2011) Turismo y Cambio Socio-cultural, una perspectiva Conceptual. Plaza y Valdez y Universidad Autónoma de México, México.
- MUÑOZ DE ESCALONA, F. (2011) La Visión convencional del Turismo según sus primeros codificadores (los grundisse de Hunziker y Krapf, 1972". Turydes. Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo, 3 (8), 1-20
- NOVAS, N. C. (2006). Gestión de Unidades de información y Distribución Turística. España: Ideaspro.
- OSORIO GARCÍA, M. (2004) La Complejidad del Turismo. Ponencia presentada en el VI Congreso Nacional de Investigación Turística.
- OMT (1997). Turismo: Panorama 2020. Influencias, flujos discrecionales y tendencias claves. Resumen ejecutivo. Madrid: OMT.
- PASTORIZA, E (2011). La Conquista de Las Vacaciones: breve historia del turismo en la Argentina. Buenos Aires, Edhasa.
- PAZMIÑO, Iván; (2010.) Tiempo de Investigar, Primera edición, Editorial Ecuador, Quito.

- POON, Auliana (1993). Tourism, Technology and Competitive Strategies. Wallingford, UK: CAB International.
- PLANELLS COSTA, Margarita/ CRESPI VALLBONA, Monserrat; (1999) “Información Turística en destino”; editorial Síntesis; pag 42
- SANTANA TALAVERA, A (2006). Antropología y Turismo. ¿Nuevas hordas, viejas Culturas? Barcelona, Ariel.
- SERRA CANTALLOPS, Antoni. (2002) “Marketing Turístico”. Pirámide.
- SCHLUTER, R. (2008) Turismo: una versión integradora. Buenos Aires, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
- WILENSKY, Alberto, (1987)Marketing estratégico, Ed. Tesis.

13.1.Webgrafia

http://www.diariopolitica.com/foro/importancia_de_promover_desarrollo_turistic_o_sustentable_columnistas_6838.html

<http://www.munivaldivia.cl/desecono/turismo/turismo.html>

<http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/226675-sitios-turisticos-son-la-atraccion-del-canton/>

ANEXOS

ANEXO # 1

PROPUESTA TURÍSTICA

1.-TEMA:

“Realización de una capacitación sobre difusión turística que permita despertar el interés y por ende aumentar el desarrollo del turismo en el cantón Tosagua”.

2.-INTRODUCCIÓN

El cantón Tosagua, es una zona de la provincia de Manabí eminentemente agrícola, ganadero, turístico y comercial, sin embargo, a pesar de contar con todas estas bondades, su desarrollo turístico es muy deficiente, es por ese motivo que existe la necesidad urgente de contribuir al desarrollo turístico del cantón, para que este polo de desarrollo se convierta en potencial turístico, es fundamental que sus recursos se promocionen y difundan.

La presente propuesta, denominada “Realización de una capacitación sobre difusión turística que permita despertar el interés y por ende aumentar el desarrollo del turismo en el cantón Tosagua”, permitirá capacitar metodológicamente a los prestadores turísticos a fin de que puedan promocionar los diferentes atractivos turísticos del cantón, y de igual formar emprender sus actividades con mayor eficiencia y competitividad.

Esta propuesta turística será una alternativa de solución a la deficiente difusión turística del cantón Tosagua, por ende se ve la necesidad urgente de capacitar a los prestadores turísticos por medio de talleres, cuyos contenidos aborden temáticas inherentes a promocionar y difundir los diferentes atractivos turísticos, así como también a incitar a brindar un servicio de calidad y calidez.

La ejecución de esta capacitación beneficiara directamente a los prestadores turísticos de las diferentes actividades, misma que permitirá a mediano plazo aumentar los ingresos comerciales en el sector turístico, además se podrán potenciar y desarrollar nuevos productos turísticos con entes más capacitados y preparados para asumir con profesionalismo la demanda de los turistas.

3.-JUSTIFICACIÓN

La presente propuesta turística titulada, “Realización de una capacitación sobre difusión turística que permita despertar el interés y por ende aumentar el desarrollo del turismo en el cantón Tosagua”, surge como una alternativa de solución viable a la deficiente difusión turística del cantón, la misma que consiste en capacitar a los prestadores turísticos mediante talleres.

Las capacitaciones a realizarse estarán dirigidas específicamente a los diferentes prestadores turísticos del cantón Tosagua, en la cual se emplean métodos, técnicas y estrategias metodológicas que permitan difundir, fomentar, desarrollar y potenciar turísticamente al cantón Tosagua.

Este trabajo se lo justifica, luego de haber concluido con la investigación, en la cual se pudo determinar que existe muchas falencias en cuanto a difusión y prestación turística, puesto que las personas que se dedican a este tipo de actividad carecen de preparación previa y por ende no pueden brindar un servicio de calidad y calidez. A través de esta capacitación se busca favorecer al sector turístico del cantón Tosagua, donde el turista conozca y visite los diferentes atractivos que posee el cantón.

Esta propuesta es factible de realizar, puesto que se cuenta con todos los recursos necesarios para su ejecución, así mismo se cuenta con la predisposición y colaboración de los prestadores turísticos quienes están convencidos que la mejor

vía del progreso y del desarrollo es la capacitación y preparación para brindar un servicio eficiente a los turistas.

4.-OBJETIVOS

4.1.-OBJETIVO GENERAL

Capacitar a los prestadores turísticos sobre difusión turística que permita despertar el interés y por ende aumentar el desarrollo del turismo en el cantón Tosagua, en el año 2015

4.2.-OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Seleccionar los contenidos temáticos que serán impartidos en cada una de las capacitaciones.
- ✓ Aplicar diversas estrategias metodológicas para la difusión turística de los atractivos del cantón Tosagua.
- ✓ Orientar metodológicamente a los prestadores turísticos para que brinden un servicio de calidad y calidez.
- ✓ Promover en los prestadores turísticos la importancia de la promoción y difusión de las riquezas turísticas del cantón.
- ✓ Despertar el interés de los prestadores turísticos para que difundan la flora y fauna del cantón.
- ✓ Monitorear consecutivamente la aplicación de los seminarios talleres.
- ✓ Analizar los resultados obtenidos mediante la aplicación de la capacitación.

5.-CONTENIDOS DE LA PROPUESTA TURÍSTICA

5.1.-CONTENIDOS TEMÁTICOS

TALLER N° 1

Objetivo: Analizar con los prestadores turísticos la importancia de la difusión de los atractivos turísticos del cantón Tosagua.

Tema: “Importancia de la difusión de los atractivos turísticos del cantón Tosagua”

PROCESO DE LA CAPACITACIÓN:

- a) Ambientación (Bienvenida a los participantes)
- b) Presentación del tema
- c) Orientación metodológica (división de grupos de trabajos)
- d) Análisis y debate de la temática socializada
- e) Recesos (refrigerio)
- f) Plenaria (Síntesis y refuerzo de la temática analizada)
- g) Compromisos adquiridos

Contenido temático	Técnica	Recursos	Tiempo	Evaluación
Importancia de la difusión de los atractivos turísticos del cantón Tosagua.	Dinámica para división de grupos Mesa redonda Taller pedagógico Lluvia de ideas	Día positivas Videos Hojas de papel Marcadores acrílicos Pizarra Computadora Material didáctico	60 minutos(1 hora)	Ficha de observación: *Prestan atención a la explicación *Participan en los temas *Colaboran en los trabajos grupales *Demuestran interés por los talleres

TALLER N° 2

Objetivo: Describir el rol de los emprendedores turísticos en la difusión de los atractivos turísticos.

Tema: “El Rol de los emprendedores turísticos en la difusión de los atractivos turísticos”

PROCESO DE LA CAPACITACIÓN:

- a) Ambientación (Bienvenida a los participantes)
- b) Presentación del tema
- c) Orientación metodológica (división de grupos de trabajos)
- d) Análisis y debate de la temática socializada
- e) Recesos (refrigerio)
- f) Plenaria (Síntesis y refuerzo de la temática analizada)
- g) Compromisos adquiridos

Contenido temático	Técnica	Recursos	Tiempo	Evaluación
Rol de los emprendedores turísticos en la difusión de los atractivos turísticos.	Mesa redonda Dinámicas de integración y reambientación Dramatización	Día positivas Videos Hojas de papel Marcadores acrílicos Pizarra Computadora Material didáctico	60 minutos(1 hora)	Ficha de observación: *Prestan atención a la explicación *Participan en los temas *Colaboran en los trabajos grupales *Demuestran interés por los talleres

TALLER N° 3

Objetivo: Enlistar posibles estrategias metodológicas para difundir y desarrollar el turismo local en el cantón Tosagua.

Tema: “Estrategias metodológicas para difundir y desarrollar el turismo local en el cantón Tosagua”

PROCESO DE LA CAPACITACIÓN:

- a) Ambientación (Bienvenida a los participantes)
- b) Presentación del tema
- c) Orientación metodológica (división de grupos de trabajos)
- d) Análisis y debate de la temática socializada
- e) Recesos (refrigerio)
- f) Plenaria (Síntesis y refuerzo de la temática analizada)
- g) Compromisos adquiridos

Contenido temático	Técnica	Recursos	Tiempo	Evaluación
Estrategias metodológicas para difundir y desarrollar el turismo local en el cantón Tosagua.	Taller pedagógico Lluvia de ideas Dramatización	Día positivas Videos Hojas de papel Marcadores acrílicos Pizarra Computadora Material didáctico	60 minutos(1 hora)	Ficha de observación: *Prestan atención a la explicación *Participan en los temas *Colaboran en los trabajos grupales *Demuestran interés por los talleres

TALLER N° 4

Objetivo: Analizar la importancia de la creación de un ITUR (Isla de Información Turística) que permita promocionar las bondades turísticas del canto Tosagua.

Tema: “Importancia de la creación de un ITUR (Isla de Información Turística) que permita promocionar las bondades turísticas del canto Tosagua”

PROCESO DE LA CAPACITACIÓN:

- a) Ambientación (Bienvenida a los participantes)
- b) Presentación del tema
- c) Orientación metodológica (división de grupos de trabajos)
- d) Análisis y debate de la temática socializada
- e) Recesos (refrigerio)
- f) Plenaria (Síntesis y refuerzo de la temática analizada)
- g) Compromisos adquiridos

Contenido temático	Técnica	Recursos	Tiempo	Evaluación
Importancia de la creación de un ITUR (Isla de Información Turística) que permita promocionar las bondades turísticas del canto Tosagua.	Discusión de grupos Lluvia de ideas Dinámicas de presentación y calentamiento	Día positivas Videos Hojas de papel Marcadores acrílicos Pizarra Computadora Material didáctico	60 minutos(1 hora)	Ficha de observación: *Prestan atención a la explicación *Participan en los temas *Colaboran en los trabajos grupales *Demuestran interés por los talleres

TALLER N° 5

Objetivo: Describir la impotencia de brindar a los turistas un servicio de calidad y calidez.

Tema: “Análisis de la impotencia de brindar a los turistas un servicio de calidad y calidez”

PROCESO DE LA CAPACITACIÓN:

- a) Ambientación (Bienvenida a los participantes)
- b) Presentación del tema
- c) Orientación metodológica (división de grupos de trabajos)
- d) Análisis y debate de la temática socializada
- e) Recesos (refrigerio)
- f) Plenaria (Síntesis y refuerzo de la temática analizada)
- g) Compromisos adquiridos

Contenido temático	Técnica	Recursos	Tiempo	Evaluación
Análisis de la impotencia de brindar a los turistas un servicio de calidad y calidez.	Dinámica para división de grupos Mesa redonda Dramatización Lluvia de ideas	Día positivas Videos Hojas de papel Marcadores acrílicos Pizarra Computadora Material didáctico	60 minutos(1 hora)	Ficha de observación: *Prestan atención a la explicación *Participan en los temas *Colaboración en los trabajos grupales *Demuestran interés por los talleres

TALLER N° 6

Objetivo: Diseñar estrategias de marketing turístico para la promoción y difusión de los atractivos turísticos locales.

Tema: “Estrategias de marketing turístico”

PROCESO DE LA CAPACITACIÓN:

- a) Ambientación (Bienvenida a los participantes)
- b) Presentación del tema
- c) Orientación metodológica (división de grupos de trabajos)
- d) Análisis y debate de la temática socializada
- e) Recesos (refrigerio)
- f) Plenaria (Síntesis y refuerzo de la temática analizada)
- g) Compromisos adquiridos

Contenido temático	Técnica	Recursos	Tiempo	Evaluación
Estrategias de marketing turístico.	Mesa redonda Dinámicas de integración y reambientación Dramatización	Día positivas Videos Hojas de papel Marcadores acrílicos Pizarra Computadora Material didáctico	60 minutos(1 hora)	Ficha de observación: *Prestan atención a la explicación *Participan en los temas *Colaboración en los trabajos grupales *Demuestran interés por los talleres

TALLER N° 7

Objetivo: Analizar las ventajas de la promoción turística del cantón Tosagua.

Tema: “Ventajas de la promoción turística del cantón Tosagua”

PROCESO DE LA CAPACITACIÓN

- a) Ambientación (Bienvenida a los participantes)
- b) Presentación del tema
- c) Orientación metodológica (división de grupos de trabajos)
- d) Análisis y debate de la temática socializada
- e) Recesos (refrigerio)
- f) Plenaria (Síntesis y refuerzo de la temática analizada)
- g) Compromisos adquiridos

Contenido temático	Técnica	Recursos	Tiempo	Evaluación
Ventajas de la promoción turística del cantón Tosagua.	Discusión de grupos Lluvia de ideas Dinámicas de presentación y calentamiento	Día positivas Videos Hojas de papel Marcadores acrílicos Pizarra Computadora Material didáctico	60 minutos(1 hora)	Ficha de observación: *Prestan atención a la explicación *Participan en los temas *Colaboración en los trabajos grupales *Demuestran interés por los talleres

6.-ESTRUCTURA DE LAS ESTRATEGIAS A APLICAR

6.1. MÉTODOS

6.1.1. Método Inductivo- Deductivo: Este método permitió a los investigadores y autores de la investigación a partir de conceptos generales de la indagación realizada, lo cual indujo a plantear la “Realización de una capacitación sobre difusión turística que permita despertar el interés y por ende aumentar el desarrollo del turismo en el cantón Tosagua”, como alternativa de solución a la deficiente difusión turística y al desarrollo del turismo del cantón Tosagua.

6.1.2. Método Analítico - Sintético: Este método también permitió a los autores de la investigación a determinar la problemática existente, mediante el análisis de los resultados obtenidos tanto en las encuestas, entrevista y ficha de observación, lo cual permitió comprobar que existen falencias en la difusión turística y en el desarrollo del turismo del cantón Tosagua, por lo que se llegó a la conclusión que la “Realización de una capacitación sobre difusión turística que permita despertar el Interés y por ende aumentar el desarrollo del turismo en el cantón Tosagua”, mejorará el desarrollo turístico del cantón Tosagua.

6.2. TÉCNICAS

6.2.1. Técnica Pedagógica: Ambientación e integración docente, antes de iniciar con los contenidos temáticos de los talleres de capacitación, se hará una previa presentación de cada uno de los docentes, donde los capacitadores darán la cordial bienvenida, donde se especificara las temáticas que serán adorados y los objetivos educativos de cada una de ellas.

6.2.2. Técnica Pedagógica: Dinámicas, se aplicaran diversas dinámicas que permitan que los participantes de los talleres se sientan motivados, entre ellas, dinámicas de presentación o calentamiento antes de abordar cada temática, de división de grupos de trabajo y por ultimo de reambientación.

7.-DISEÑO ORGANIZATIVO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS QUE VALIDAN LA PROPUESTA

- ✓ Selección de las temáticas para “Realización de una capacitación sobre difusión turística que permita despertar el interés y por ende aumentar el desarrollo del turismo en el cantón Tosagua”, como alternativa de solución viable a la deficiente difusión turística del cantón Tosagua.
- ✓ Socialización con los prestadores turísticos sobre las diferentes actividades a desarrollarse en las capacitaciones.
- ✓ Definición de hora y fecha para la “Realización de una capacitación sobre difusión turística que permita despertar el interés y por ende aumentar el desarrollo del turismo en el cantón Tosagua”.
- ✓ Aplicación de la capacitación sobre difusión turística que permita despertar el Interés y por ende aumentar el desarrollo del turismo en el cantón Tosagua”.
- ✓ Promoción turística de los recursos y atractivos turísticos del cantón Tosagua
- ✓ Monitoreo de las actividades ejecutadas en la capacitación
- ✓ Análisis y evaluación de los resultados obtenidos en las diferentes capacitaciones.

8.-RESULTADOS ESPERADOS

- ✓ Capacitar al mayor número de prestadores turísticos del cantón Tosagua.
- ✓ Coordinar con los prestadores turísticos la hora y fecha para la realización de las capacitaciones.
- ✓ Mejorar el emprendimiento turístico de los prestadores turísticos del cantón Tosagua.
- ✓ Desarrollar turísticamente al cantón Tosagua.

9.-PRESUPUESTO

Los recursos económicos, financieros y materiales que se emplearan en la capacitación, se detallan a continuación en el siguiente cuadro.

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total
Computadora	1	Días	-	-
Proyector	1	Días	-	-
Marcadores	50	Unidad	0,50	25,00
Pizarra liquida	1	Unidad	-	-
Papelotes	50	Unidad	0,20	10,00
Hojas de papel bond	2	Resmas	4,50	10,00
Copias	500	Hojas	0,03	15,00
Viáticos	12	Días	5,00	60,00
Refrigerios	300	Alimento	0,75	225,00
			Sub total	345,00
			Imprevisto 10%	34,50
			Total	379,50

ANEXO # 2



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

EXTENSIÓN CHONE

Encuesta dirigida a: Los habitantes del cantón Tosagua (sector urbano)

OBJETIVO: Determinar la importancia del estudio de factibilidad de una Isla de Información Turística y su incidencia en la difusión de los atractivos turísticos del Cantón Tosagua

INSTRUCCIONES: Mucho agradeceré se sirva responder con sinceridad marcando una x dentro del paréntesis de la alternativa de su elección.

1.- DATOS INFORMATIVOS

1.1. Lugar y fecha:

1.2. Ubicación: Rural () Urbana (x) Urbana marginal ()

1.3. Parroquia: Tosagua

1. ¿Conoce Ud. cuál es la función de una Isla de Información Turística (ITUR)?

O.E.1.

Si

No

2. ¿Considera Ud. importante la presencia de una Isla de Información Turística en el cantón Tosagua? O.E.1.

Si

No

3. ¿Estima Ud. necesario realizar un análisis de la situación actual del turismo en el cantón Tosagua? O.E.2

Si

No

4. ¿Cree Ud. que el cantón Tosagua reúne las características necesarias para contar con la presencia de una isla de información turística? O.E.2

Si

No

5. ¿Estima Ud. Importante identificar los atractivos turísticos del cantón Tosagua? O.E.3

Si

No

6. ¿Cree Ud. conveniente que exista una guía turística de los atractivos del cantón Tosagua? O.E.3

Si

No

7. ¿El modo como se está promocionando los atractivos turísticos del cantón Tosagua es? O.E.4

Buena

Regular

Mala

8. ¿Considera Ud. que hay que elevar la promoción de los atractivos del cantón Tosagua, mediante estrategias de publicidad? O.E.4

Si

No

9. ¿Cree Ud. que una isla de información turística contribuya directamente al desarrollo del turismo sostenible y sustentable del cantón Tosagua? O.E.5

Si

No

ANEXO #3



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

EXTENSIÓN CHONE

Entrevista dirigida a: 1Representante del sector turístico del cantón Tosagua

OBJETIVO: Determinar la importancia del estudio de factibilidad de una Isla de Información Turística y su incidencia en la difusión de los atractivos turísticos del Cantón Tosagua

INSTRUCCIONES: Mucho agradeceré se sirva responder con sinceridad marcando una x dentro del paréntesis de la alternativa de su elección.

1.- DATOS INFORMATIVOS

1.1. Lugar y fecha:

1.2. Ubicación: Rural () Urbana (x) Urbana marginal ()

1.3. Parroquia: Tosagua

1. ¿Que opina Ud. Sobre los Isla de Información Turística (ITUR)? O.E.1

.....
.....

2. ¿Por qué cree Ud. que es importante realizar un estudio de factibilidad de una Isla de Información Turística en el cantón Tosagua? O.E.1

.....
.....

3. ¿Cómo considera Ud. que se puede realizar un análisis de la situación actual del turismo en el cantón Tosagua? O.E.2

.....
.....

4. ¿Cuáles cree Ud. que son las características que reúne el cantón Tosagua para contar con la presencia de una Isla de Información Turística? O.E.2

.....
.....

5. ¿De qué forma se puede identificar los atractivos turísticos del cantón Tosagua? O.E.3

.....
.....

6. ¿Qué atractivos turísticos del cantón Tosagua conoce Ud.? O.E.3

.....
.....

7. ¿Cómo se está realizando la difusión turística en el cantón Tosagua? O.E.4

.....
.....

8. ¿De qué manera se está promocionando el turismo en el cantón Tosagua? O.E.4

.....
.....

9. ¿De qué forma contribuye la presencia de una Isla De Información Turística al desarrollo del cantón Tosagua? O.E.5

.....
.....

ANEXO # 4

Durante la realización del trabajo del trabajo investigativo.



Momentos en que se realizó la encuesta a los habita



ANEXO # 5

Durante la realización de la entrevista a los representantes del sector hotelero y turístico.



ANEXO # 6

Atractivos turísticos del cantón Tosagua



ANEXO # 7

Atractivos turísticos del cantón Tosagua

