



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**“TURISMO CULTURAL COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO
PARTICIPATIVO PARA LA COMUNA LOMA ALTA,
PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA
ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTOR: MARLENE AMARILIS DE LA A RODRÍGUEZ

TUTOR: LCDA. TANNIA AGUIRRE SUÁREZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

**“TURISMO CULTURAL COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO
PARTICIPATIVO PARA LA COMUNA LOMA ALTA,
PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA
ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTOR: MARLENE AMARILIS DE LA A RODRÍGUEZ

TUTOR: LCDA. TANNIA AGUIRRE SUÁREZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de tesis, del “TURISMO CULTURAL COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO PARTICIPATIVO PARA LA COMUNA LOMA ALTA, PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA. AÑO 2013”, elaborado por la Srta. Marlene Amarilis De la A Rodríguez, egresada de la Carrera de Hotelería y Turismo, Escuela de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente.

.....
Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.

TUTOR

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada a la memoria de mis antepasados y de manera muy especial a la de don Pedro Marciano Rodríguez Zambrano, el ser que inculco en mí el amor por las tradiciones, nacidas en el ambiente armónico y lleno de amor que siempre me brindo.

Marlene De la A R

AGRADECIMIENTO

La autora quiere por medio de la presente agradecer a las personas e instituciones que de una u otra forma aportaron con valiosas ideas para la realización de mi tesis.

- ❖ Universidad Estatal Península de Santa Elena
- ❖ Cabildo Comunal de Loma Alta y población en general
- ❖ Licenciada Tania Aguirre, Tutora y guía ejemplar de la presente tesis.
- ❖ A mi familia por el incondicional apoyo brindado en el desarrollo del presente trabajo investigativo.

Marlene De la A R

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc
DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc
DIRECTOR DE CARRERA
HOTELERÍA Y TURISMO

Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc
PROFESOR – TUTOR

Ing. Jhony Yumisaca Tuquinga, MSc
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc
SECRETARIO GENERAL – PROCURADOR

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**“TURISMO CULTURAL COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO
PARTICIPATIVO PARA LA COMUNA LOMA ALTA,
PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA
ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2013”**

Autor: Marlene De la A Rodríguez
Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como principal objetivo determinar la contribución de la aplicación de las estrategias de desarrollo participativo mediante programas integrales que fortalezcan el turismo cultural en la Comuna Loma Alta, parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena y cuenta con la predisposición de la comunidad, que está consciente de la importancia de su involucramiento en los procesos de desarrollo local. El mencionado estudio se estructura en cuatro capítulos. En el primer capítulo se sustentan las variables dependiente e independiente, así como también el marco legal que ampara el desarrollo de la investigación. El segundo capítulo presenta el diseño de la metodología a aplicar para su ejecución, dicha metodología se basa en los trabajos de campo mediante la aplicación de técnicas como la guía de observación, las entrevistas y encuestas dirigidas a los habitantes y turistas, los resultados de su aplicación se analizaron e interpretaron cuantitativamente mediante la utilización de métodos estadísticos matemáticos a través de tablas y gráficos aplicados en el capítulo 3, los mismos que contribuyeron a comprobar la hipótesis planteada, en base a los resultados obtenidos del trabajo de campo se planteó la propuesta de turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo para la comuna Loma Alta. Las estrategias propuestas se basan en la formación del recurso humano, la gobernanza y asociatividad, las estrategias de participación y las estrategias de marketing que fueron consideradas para posicionar la actividad turística de la comunidad. Finalmente emitiendo conclusiones y dando recomendaciones para que se cumplan a cabalidad la propuesta proyectada.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO.....	v
RESUMEN.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvii
ÍNDICE DE FOTOS	xviii
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL	4
TEMA	4
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
Planteamiento del Problema.....	4
UBICACIÓN DEL PROBLEMA	4
ASPECTOS HISTÓRICOS	5
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	6
ASPECTOS DEMOGRÁFICOS Y SOCIO CULTURALES.	14
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA CIENTÍFICO.....	20

SISTEMATIZACIÓN.....	20
OBJETIVOS	21
Objetivo general.....	21
Objetivos Específicos.....	21
JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	21
HIPÓTESIS.....	24
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	24
CAPÍTULO I.....	27
MARCO TEÓRICO.....	27
1.1. ANTECEDENTE DEL TEMA.....	27
1.2. VARIABLE INDEPENDIENTE	29
1.2.1. Desarrollo Participativo.....	29
1.2.2. Gobernanza.....	31
1.2.3. Estrategia de Desarrollo	33
1.2.4. Tipos de Estrategias.....	34
1.2.4.1. Estrategia de Formación del Recurso Humano.....	34
1.2.4.2. Estrategia de Gobernanzas y Asociatividad.....	34
1.2.4.3. Estrategia de Participación.....	35
1.2.4.4. Estrategias de Marketing	36
1.3. VARIABLE DEPENDIENTE	37
1.3.1. El turismo	37
1.3.2. El sistema turístico	39
1.3.3. Elementos del sistema turístico	42
1.3.4. Clasificación del Turismo	44
1.3.5. Impactos del Turismo	48

1.3.5.1.	Impactos positivos: Socioculturales y Económicos.....	48
1.3.5.2.	Impactos Negativos: Socioculturales y Ambientales.....	50
1.3.6.	El Turismo Sostenible	51
1.3.7.	Turismo Cultural	54
1.3.8.	Sinergia entre Turismo y Cultura	57
1.3.9.	Patrimonio Cultural: Tangible e Intangible.....	59
1.3.9.1.	Patrimonio Cultural Tangible	61
1.3.9.2.	Patrimonio Cultural Intangible	62
1.3.10.	La Oferta Turística Cultural.....	63
1.3.11.	El Producto Turístico	66
1.3.12.	La Demanda Turística Cultural.....	67
1.3.13.	El Mercado Turístico	68
1.3.14.	El Turismo Cultural en el Ecuador	69
1.3.15.	La Cultura Popular Ecuatoriana.....	70
1.3.15.1.	Tradiciones y Costumbres	72
1.3.16.	Clasificación de los Recursos Turísticos: Naturales y Culturales	77
1.4.	MARCO LEGAL.....	81
	CAPÍTULO II	93
	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	93
2.1.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	94
2.2.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	94
2.3.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	96
2.4.	MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	97
2.5.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	98
2.6.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	100

2.6.1.	Población	100
2.6.2.	Muestra.....	100
2.6.2.1.	Tipos de Muestra	101
2.6.2.2.	Tamaño de la Muestra.....	101
2.7.	PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	103
CAPÍTULO III		105
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....		105
3.1.	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN.	105
3.2.	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.....	107
3.2.1.	Entrevistas dirigidas al Cabildo.....	109
3.3.	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA 112	
3.4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	133
3.4.1.	Conclusiones	133
3.4.2.	Recomendaciones	135
CAPÍTULO IV.....		136
TURISMO CULTURAL COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO PARTICIPATIVO PARA LA COMUNA LOMA ALTA, PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013		136
4.1.	PRESENTACIÓN.....	136
4.2.	JUSTIFICACIÓN	136
4.3.	DIAGNÓSTICO TURÍSTICO.....	137
4.3.1.	La Oferta.....	137
4.3.2.	La Demanda	140

4.3.3.	Los Recursos Turísticos Culturales de Loma Alta	142
4.3.4.	Actividades Complementarias	148
4.3.5.	Beneficiarios	149
4.4.	ATRATIVOS DE MERCADO: POSICIÓN COMPETITIVA	149
4.4.1.	Estrategia de Mercado	149
4.5.	POSICIONAMIENTO DEL DESTINO EN EL MERCADO	152
4.5.1.	P.E.T.S.	154
4.5.2.	Matriz D.A.F.O.	156
4.6.	DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	160
4.6.1.	Visión	160
4.6.2.	Misión	160
4.7.	OBJETIVOS	160
4.7.1.	Objetivo General	160
4.7.2.	Objetivos Específicos	160
4.8.	POLÍTICAS RECTORAS	161
4.9.	IMPACTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL TURISMO CULTURAL EN LA COMUNIDAD.	161
4.10.	ESTRATEGIAS DE ACCIÓN	163
4.10.1.	Estrategias de Gobernanzas y Asociatividad	163
4.10.2.	Estrategias de Formación del Recurso Humano	166
4.10.3.	Estrategias de Participación	170
4.10.4.	Estrategia de Rescate de Elementos Culturales	172
4.10.5.	Estrategias de Marketing	174
4.10.6.	Estrategia de Producto, Promoción y Publicidad	176
4.10.6.1.	Estrategia de Producto	176

4.10.6.2. Estrategias de Promoción.....	178
4.10.6.3. ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD.....	179
4.11. EVALUACIÓN.....	187
4.12. PRESUPUESTO	187
4.13. CONCLUSIONES.....	191
4.14. RECOMENDACIONES	192
BIBLIOGRAFÍA	193
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Población de Loma Alta	14
TABLA 2: Escala de Valoración	99
TABLA 3: Segmentos.....	101
TABLA 4: Comuneros	102
TABLA 5: Turistas	103
TABLA 6: Género.....	112
TABLA 7: Edad	113
TABLA 8: Educación	114
TABLA 9: Procedencia.....	115
TABLA 10: Motivo de Viaje	116
TABLA 11 : Medios De Difusión.....	117
TABLA 12: Tiempo de Permanencia	118
TABLA 13: Diversificación del Producto	119
TABLA 14: Desarrollo de Actividades.....	120
TABLA 15: Actividades Recreativas.....	121
TABLA 16: Género de la Población.....	122
TABLA 17: Rango de Edad.....	123
TABLA 18: Nivel de Educación.....	124
TABLA 19: Atractivos Turísticos.....	125
TABLA 20: ACTIVIDADES RECREATIVAS	126
TABLA 21: Proyecto Turístico.....	127
TABLA 22: Aceptación del proyecto	128
TABLA 23: Identificación como Destino Turístico	129
TABLA 24: Costumbres y Tradiciones	130
TABLA 25: Desarrollo del Turismo	131
TABLA 26: Proyecto Cultural	132
TABLA 27: Componente 1	187
TABLA 28: Componente 2.....	188
TABLA 29: Componente 3.....	188

TABLA 30: Componente 4.....	188
TABLA 31: Componente 5.....	189
TABLA 32: Componente 6.....	189
TABLA 33: Componente 7.....	189
TABLA 34 Presupuesto General	190

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1 Variable Independiente	25
CUADRO 2 Variable Dependiente	26
CUADRO 3: Oferta Turística	64
CUADRO 4: Clasificación de Atractivos Turísticos	78
CUADRO 5: Atractivos Turísticos Culturales.....	79
CUADRO 6: Jerarquía de los Atractivos Turísticos	80
CUADRO 7: Guía De Observación	105
CUADRO 8: Categorización de Atractivos Culturales.....	144
CUADRO 9: Atractivo - Posición Competitiva.....	150
CUADRO 10: Segmento de Destino	151
CUADRO 11: Orientación Estratégica para cada Segmento.....	151
CUADRO 12: Posición en el Mercado	152
CUADRO 13: Matriz D.A.F.O.	157
CUADRO 14: Estrategias F.O.D.A.	159
CUADRO 15: Líneas Estratégicas: Gobernanza y Asociatividad	165
CUADRO 16: Líneas Estratégicas: Formación del Recurso Humano.....	167
CUADRO 17: Línea Estratégica: Participación.....	171
CUADRO 18: Línea Estratégica: Rescate Cultural	173
CUADRO 19: Estrategias de Marketing.....	175

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: El Sistema Turístico	40
FIGURA 2: Elementos del Sistema Turístico	42
FIGURA 3: Modelo descriptivo del Sistema Turístico	43
FIGURA 4: La flor del constructor del futuro	53
FIGURA 5: El Valor del Turismo para la Cultura	58
FIGURA 6: Clasificación de Patrimonio	59
FIGURA 7: Evolución del concepto de Patrimonio	60
FIGURA 8: Características del Patrimonio Intangible	63
FIGURA 9: Elementos que integran la Oferta Turística Cultural.....	65
FIGURA 10: Expresiones de la Cultura Popular	71
FIGURA 11: Estrella Solitaria	178
FIGURA 12 Ruta Mágica	179
FIGURA 13: Medios Publicitarios	180
FIGURA 14: Publicidad Radial	180
FIGURA 14: Festival Folklórico	183
FIGURA 15: Feria Artesanal	184
FIGURA 16: Tríptico.....	185

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Clasificación del Turismo.....	44
GRÁFICO 2: Tipos de Turismo de acuerdo a la motivación del Turista	45
GRÁFICO 3: Clasificación del Turismo según la forma y el tipo.....	46
GRÁFICO 4: Impactos positivos del Turismo.....	49
GRÁFICO 5: Los Pilares de la Sostenibilidad Ambiental.....	52
GRÁFICO 6: Género	112
GRÁFICO 7: Edad.....	113
GRÁFICO 8: Educación	114
GRÁFICO 9: Procedencia.....	115
GRÁFICO 10: Motivo de Viaje	116
GRÁFICO 11: Medios de Difusión	117
GRÁFICO 12: Tiempo de Permanencia	118
GRÁFICO 13: Diversificación del Producto	119
GRÁFICO 14: Desarrollo de Actividades	120
GRÁFICO 15: Actividades Recreativas	121
GRÁFICO 16 Género de la Población.....	122
GRÁFICO 17: Rango de Edad.....	123
GRÁFICO 18: Nivel de Educación.....	124
GRÁFICO 19: Atractivos Turísticos	125
GRÁFICO 20: ACTIVIDADES RECREATIVAS.....	126
GRÁFICO 21: Proyecto Turístico	127
GRÁFICO 22: Aceptación del proyecto	128
GRÁFICO 23: Identificación como Destino Turístico	129
GRÁFICO 24: Costumbres y Tradiciones	130
GRÁFICO 25: Desarrollo del Turismo.....	131
GRÁFICO 26: Proyecto Cultural.....	132
GRÁFICO 27: Valla Publicitaria	181
GRÁFICO 28: Página Web.....	182

ÍNDICE DE FOTOS

FOTO 1: Vista panorámica de Suspiro	9
FOTO 2 Arqueología en La Ponga	13
FOTO 3 Cabaña	13

INTRODUCCIÓN

La finalidad del presente proyecto investigativo es proponer el desarrollo del turismo cultural en la Comuna Loma Alta como estrategia de desarrollo participativo, en aporte a la actual actividad eco turística que viene desarrollando la comunidad desde 1997.

Tomando en cuenta que el turismo cultural está cobrando gran importancia a nivel mundial. Ya que el “37 % de los viajes mundiales, tienen motivaciones culturales” Según (TURESPAÑA, 2002). “Constituyéndose en un nicho de mercado con una demanda en fase de expansión, con un nivel de gasto superior al de sol y playa”, según datos proporcionados por la misma institución.

Las estadísticas mundiales determinan su importancia, así en Ecuador, el turismo cultural es el cuarto producto turístico más comercializado, representando el 7 % a nivel global por operadores que venden Ecuador en el mundo. Luego de la actualización (2007) del Plan Integral de Marketing Turístico, se identificaron en el país 11 líneas de productos, ocupando el primer lugar los circuitos generales, en segundo lugar, el de sol y playa; el tercer lugar está ocupado por el turismo comunitario. El cuarto lugar es para el turismo cultural y su amplia gama de productos.

De igual manera otra estadística importante a considerar, citada en el mismo Plan es el % total de llegada de visitantes internacionales a Ecuador, ocupando el Turismo cultural un 23 %. Esta es la razón por la que el Gobierno Nacional tiene como prioridad la promoción del turismo cultural, para lo cual se ha destinado un 22 % del presupuesto de Marketing internacional.(Plan de Marketing Turístico 2007: 57).

Teniendo como referencia los ámbitos que abarca la cultura, es que se plantea la necesidad de incursionar en este campo y establecer en la comuna Loma Alta, un

turismo diferente mediante la aplicación de estrategias de desarrollo basado en la participación de la comunidad como gestores de su propio desarrollo que integre no solo el recurso humano, sino también los recursos naturales y culturales con que cuenta la comunidad pero no de manera independiente, sino como elementos complementarios que aseguren el éxito de las actividades turísticas culturales a desarrollar.

Loma Alta posee una riqueza cultural no desarrollada, debido al desinterés de todos, cabe recalcar que en la comunidad no se ha desarrollado ningún tipo de investigación de esta índole, sin embargo es necesario destacar que en la zona de reserva se han desarrollado dos estudios investigativos con el aval de la Universidad Estatal Península de Santa Elena: Uno de aviturismo y otro de señalética, ambos sin mayores resultados debido a que no se les ha dado el seguimiento adecuado.

El desarrollo de la actividad turística cultural como estrategia de desarrollo participativo en la comuna Loma Alta, permite frenar el proceso de deterioro y pérdida de su identidad, ya que día con día, al igual que todas las comunidades pequeñas en el mundo se ve afectada por los cambios en sus formas y niveles de vida. Si bien es cierto que muchos de estos cambios han contribuido a mejorar aspectos de educación, salud, vivienda y otros, también con la aparición de la televisión y el internet, la población ha ido adoptando diferentes modelos de vida que incluye la vestimenta, dialecto y otras formas de comportamientos que nada tienen que ver con la condición de vida de la comunidad.

Razón de más para establecer el turismo cultural mediante su puesta en valor turístico creando nuevas alternativas que apoyen e impulsen el uso racional de sus recursos de manera que estos trasciendan en el tiempo, diversificando su actual oferta turística, generando nuevas plazas de empleo a través de la implementación de eventos culturales y la amplia variedad de actividades de ocio y recreación, promoviendo la participación local y mejorando los niveles de vida de sus

habitantes. Tal como lo estipula el Plan Nacional del Buen vivir en su política 7.4 que hace referencia a “Democratizar la oferta y las expresiones culturales diversas, asegurando la libre circulación, reconocimiento y respeto a las múltiples identidades sociales” (literales b, c, d, e....j) pág. 292.

En virtud de ello, es que se augura éxitos al desarrollo de la mencionada propuesta, ya que esta es una actividad que está cobrando fuerza en la zona y el país.

MARCO CONTEXTUAL

TEMA

Incidencia de la aplicación de estrategia de desarrollo participativo para fomentar el rescate de las costumbres y tradiciones como aporte a las actividades culturales en la comuna Loma Alta, parroquia Colonche, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2013

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Planteamiento del Problema

La comuna Loma Alta viene desarrollando ecoturismo hace una década como alternativa de desarrollo, sin mayores progresos. Debido a que no cuenta con políticas integrales de desarrollo y a los conflictos organizacionales de sus bases que le han impedido ampliar las actividades productivas y encontrar las directrices que el cabildo comunal necesita para crear nuevas estrategias que impulsen el turismo sostenible en la comunidad.

El principal problema en la comunidad es el desaprovechamiento de los recursos culturales que posee, ocasionado por el desconocimiento de sus habitantes, sumado al escaso apoyo por parte de las autoridades estatales en este ámbito, los cambios constantes en las políticas locales, la falta de planificación, entre otras. los antecedentes anotados no han permitido a la comuna ampliar sus actividades productivas, promocionar eficientemente sus recursos turísticos y por ende lograr el anhelado desarrollo local que genere nuevas plazas de empleo e impida la migración de sus habitantes y contribuya al rescate de sus recursos culturales.

UBICACIÓN DEL PROBLEMA

El presente trabajo investigativo se desarrolló en la comuna Loma Alta a 55,8 Km al norte de la Provincia Santa Elena, a Km 42 de la Comuna Valdivia y a 13 Km

al sur de Manglaralto. Geográficamente está situada a 1°53 minutos de latitud sur y 80°25 de longitud oeste, es conocida por su bosque húmedo en la parte alta de la Cordillera Chongón Colonche, a casi 400 metros sobre el nivel del mar.

Su territorio abarca 6.846 hectáreas, la principal actividad económica de la Comuna es la agricultura, en la última década se ha dedicado a las actividades de ecoturismo y artesanías de tagua. Su estructura organizacional la comprenden cuatro comunidades (El Suspiro, La Ponga, La Unión y Loma Alta), situados al sur de la comuna, sus límites son:

NORTE: Las Comuna Dos mangas y Marcos Eloy Vallejo

SUR : Las Comunas de Bambil Collao y Río Seco

ESTE : La Comuna Febres Cordero

OESTE: Las Comunas de Sinchal y Barcelona.

ASPECTOS HISTÓRICOS

Los aspectos históricos de la comuna, Según referencias de sus comuneros y su escritura pública. (1985), La comuna Loma Alta fue creada el 10 de Enero de 1937, pero no es, sino dos años después que mediante Acuerdo Ministerial 224, el 6 de Marzo de 1939, es reconocida como tal. Para establecerla, según las leyes nacionales, se necesitaba un mínimo de 25 afiliados, número con lo que la comunidad no contaba, debido a que su población adulta alcanzaba a 17. Deseosos de Establecerse como comuna resolvieron incluir 10 adolescentes, para ello fue necesario mentir respecto a las edades de los jóvenes.

Fieles en su empeño, lograron establecer la comuna Loma Alta de manera oficial en 1939 como ya se estipuló, Manuel Rodríguez, gestor de este logro, fue electo segundo Presidente (el Primero fue don Roberto Rosales) de la comuna como tributo a sus méritos y Manuel Rosales como el primer Síndico. La cuota de afiliación a la comuna era de 5 reales (hoy son centavos). Si alguien no tenía el

dinero para pagar su cuota, podía aportar con su trabajo o con animales de manera que todos pudieran beneficiarse.

Loma Alta es dueña de un impresionante bosque, el mismo que gracias al esfuerzo de sus habitantes fue designado Bosque Protector, por el desaparecido INEFAN (Instituto Ecuatoriano Forestal de Áreas Naturales y Vida Silvestre) con Registro oficial nº 710 del 18 de Junio de 1987, un área de 1858 has. Dentro de esta zona en 1997, la Comuna en convenio con la Fundación People Allied for Nature (PAN) declara 624 has. Como zona de reserva, actualmente, y luego de innumerables estudios realizados (People Allied for Nature, 1996; aves del Ecuador, entre otras.) en el área, se determinó que el bosque de Loma Alta, es hábitat de varias especies de aves, mamíferos, anfibios y réptiles, esta zona abarca actualmente 2991 has, extendiéndose a lo largo de la ribera del río Valdivia.

En 1997 la comuna obtuvo dominación de "Planeta Azul", nominación otorgada por la fundación Concepto Azul, En el 2003 se logró la declaratoria de Área De Importancia Para La Conservación De Las Aves (AICA EC-018) por BIRDLIFE INTERNATIONAL gracias al apoyo de la Fundación Aves Ecuador y Dustin Becker científica norteamericana.

Cabe resaltar que la comuna Loma Alta, es quizá la única en el país que ha sido dirigida por varios miembros de una misma Familia, como es el caso Don Manuel Rodríguez Plúas, quien fuera el segundo presidente de la Comuna, sus Hijos Pedro Marciano y Demetrio, ejercieron el mismo cargo años después, el primero por varios años, el yerno de éste y dos de sus hijos, lo han hecho también.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La Comuna desde su creación (1937), se rige mediante un cabildo compuesto por 5 miembros (Presidente, vicepresidente, tesorero, síndico y secretario), elegido en el mes de Diciembre, año a año en asamblea de socios, tal como lo estipula la Ley

de comuna en sus artículos 11 y 12, el cabildo es posesionado en un solemne acto preparado para la ocasión cada 10 de Enero, fecha en que se conmemora el aniversario de creación de la comuna.

Loma Alta

La población de Loma Alta, bautizada por sus primeros habitantes como "Los Bajos", curiosamente estuvo asentada en el mismo lugar, dónde hoy se levanta el cementerio general de la comunidad. Fue establecida en 1920 por pocas familias, obviamente las viviendas también eran escasas, Las cuales estaban rodeadas de bosque de Guayacán y otros árboles grandes, venados y saínos vivían en sus alrededores. Sus primeros pobladores fueron las familias de Rafael Catuto y Francisco "Buena vida" Guale. Se cree que Manuel y Baldomero Tomalá son los "padres" fundadores de la comunidad.

A medida que transcurría el tiempo, los habitantes de Loma Alta se convirtieron en grandes taladores del bosque, en esta zona cultivaban café, naranjas, papaya, caña de azúcar, las zonas bajas la utilizaban para cultivar plátano, tomates, yuca y maíz para su consumo diario. La madera producto de la tala era trasladada para las construcciones que se edificaban en La Libertad, Salinas y parte de Guayaquil. Al llegar el año 1970. Una considerable extensión del bosque cercano a Loma Alta había desaparecido; del frondoso bosque de antaño ya casi no quedaba nada, el área se secó debido a que el suelo no podía mantener la humedad por lo que se hizo menos apta para la agricultura. Aproximadamente una tercera parte de las familias emigraron a las ciudades en busca de mejores condiciones de vida.

Se calcula que en Loma Alta para año 1975, vivían unas 65 familias, las que poco a poco trataron de reparar el daño que habían ocasionado al bosque y plantaron e irrigaron árboles maderables tales como la Balsa, Roble, Fernán Sánchez, Figueroa, Cedro dorado (cubano), Algarrobo, Laurel y una variedad de plátanos. A pesar de los esfuerzos realizados por los comuneros, los árboles no se

desarrollaron favorablemente ya que la tierra había perdido mucho de sus nutrientes naturales.

En los últimos tiempos, Loma Alta ha crecido y cambiado considerablemente en todos los sentidos, su nivel de vida ya no es el mismo de antaño. A pesar de que aún quedan pocas viviendas de madera, ya ninguna utiliza mecheros para alumbrar sus noches, ahora todas disfrutan del fluido eléctrico, lo que aún persisten son algunas viviendas en que siguen viviendo dos o tres familias, la agricultura ya no se desarrolla en iguales proporciones ni de la misma forma que antes por los altos costos de sus insumos, las familias ya no viven en sus fincas, en la actualidad gozan de la “comodidad” de sus viviendas en el pueblo, el agua para consumo ya no se lleva en mulas o carretillas´

Ahora las viviendas poseen guías domiciliarias, a los pueblos vecinos, sin importar la distancia las personas se trasladan en buses o motocicletas, ya no a pie como lo hacían antes.

Hasta la población infantil, ya no vive como la de antes, ahora no se disfrutan los juegos tradicionales, es más fácil sentarse frente a la televisión y ver cualquier programa que está trasmite o está de moda. En la actualidad la comunidad disfruta de los adelantos de la tecnología moderna, su nivel de educación es mucho mejor, la televisión y la telefonía son medios de comunicación con los que cuenta la comunidad. No obstante carece de

El Suspiro

Muchas son las versiones que se han tejido en torno a la época de creación de esta comunidad. Se dice que es el asentamiento más antiguo de la comuna. También es el más alejado. En entrevista sostenida con don Evaristo Rosales, expresa que Suspiro “Fue establecido por 5 familias en 1904. Las familias fundadoras fueron las de Casimiro Prudente, Roberto Rosales, Modesto Torres, Abraham y Juan Tomalá”. (Rosales, 2010)

De acuerdo a la historia local los fundadores, al subir la colina para llegar hasta sus viviendas lanzaban un profundo suspiro motivado por el cansancio que le provocaba la larga caminata que a diario emprendían en busca del sustento para sus familias (sobre esta colina se construyó posteriormente la segunda escuela). Este hecho fue el que dio a la comunidad, su original nombre: el Suspiro.

Versiones actuales afirman que suspiro se creó en 1886, es decir 6 años después que Loma Alta (1880). Según estos datos, Loma Alta tampoco se constituyó en la fecha que se presume (1920), no obstante la comuna no cuenta con registro de la época que sostenga ninguna de estas teorías. Su medio de sustento al igual que el resto de la comuna, es la agricultura. Actualmente y con la naciente actividad eco turística, algunas familias se dedican a la confección y venta de artesanías de tagua, producto que a pesar de ser mínimos son exhibidos año a año en las grandes ferias de los Estados Unidos.

Sus antiguos habitantes también se dedicaban a la elaboración de sombreros de paja toquilla. Tras la muerte de estos, la actividad desapareció. La comunidad se ha desarrollado poco, pues un amplio porcentaje de sus habitantes ha emigrado a las grandes ciudades del país en busca de más y mejores oportunidades que la comunidad no puede ofrecerles, este hecho se suscitó a raíz de la creación de la reserva comunal debido a que se restringieron las actividades en el bosque.

FOTO 1: Vista panorámica de Suspiro



Fuente: Marlene De la A Rodríguez

Su población creció muy lenta, en 1920 había 6 familias, en 1965 eran 15 y en 1970, se había incrementado a 20. 43 años después, su población se incrementó, a 96 familias y 510 habitantes. Según el último censo realizado por la comuna en el año 2005, en la actualidad los que conforman la población más antigua de la comuna se ha reducido a 400, por las razones ya anotadas.

Un hecho histórico y curioso que es importante resaltar en la comunidad de Suspiro, ya que según sus pobladores nació con ellos, es que en el último pase de río antes de llegar a la población permanecen posados en un árbol las aves de rapiña o gallinazos como se los conoce en la zona, el visitante siempre cree que cerca de allí está la presa con la cual se darán un festín, pero no es así. Ese árbol es su morada y a pesar de que el dueño del terreno cortó hace varios años el árbol nativo con el fin de ahuyentarlos, esto no sucedió. Pues las aves continúan posadas en lo que queda del árbol como lo han hecho por lo menos los últimos 50 años.

En los años 60, se creó la primera escuela, siendo su director el Prof. Ángel Reyes, la Escuela lleva por nombre Alberto Panchana Padrón, actualmente se está construyendo “El Centro De Capacitación Recinto El Suspiro, comuna Loma Alta”, financiado por Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador (CODENPE).

La Comunidad cuentan con la Junta de Agua Potable El Suspiro, un comité de Seguro Social Campesino en el que están afiliados 45 familias y es dirigido por el Sr. Fermín Rosales, además cuenta con una tienda comunitaria del grupo de señoras “8 de Marzo” que fue creado hace 23 años con el apoyo del sacerdote Mariano Merchán, quien en ese entonces ejercía las funciones de párroco de la Comunidad, asocia a 26 señoras, hace 7 años obtuvo su vida jurídica, en la actualidad se maneja con recursos propios y una Caja Solidaria con recursos donados por FEDESE, que les permite criar aves de corral además cuentan con máquinas overlock en la que confeccionan ropa para niños; en Mayo del año

pasado se creó el grupo brigadistas y está constituido por 14 de las 26 socias del grupo de señoras 8 de Marzo.

Las prácticas agrícolas de estas familias son similares a las de Loma Alta, en el año 2009 el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca emprende una Unidad Productiva Comunitaria que asocia a 15 agricultores de este recinto, mediante este programa, los agricultores han obtenido sistemas de riego a goteo, semillas (sandía, melón, pimiento, tomate, cebolla, brócoli, zanahoria, col, lechuga, pepino, maíz) e insumos, además de asistencia técnica. Según datos proporcionados por sus habitantes.

La Unión

Según datos históricos y referencias de Rufilio De la A ex presidente de la comuna sus primeros habitantes, dueños de la hacienda “los Cabezones” la denominaron los TIESTOS, Debido a que cuando preparaban el suelo para la siembra de los productos agrícolas siempre encontraban restos de “barros” y de cadáveres, lo que hace presumir que esta parte de la comuna estuvo anteriormente habitada o probablemente representa un cementerio prehispánico debido a su cercanía con los asentamientos culturales de Valdivia y Guangala. De aquellos vestigios arqueológicos en la actualidad queda muy poco, debido a que la población ha ido creciendo y sobre aquellos lugares se han levantado las viviendas de sus pobladores, incluso algunos niegan su existencia por temor a que sus fincas sean expropiadas por el Gobierno Nacional al darse a conocer la existencia de los mencionados vestigios arqueológicos.

La Unión se estableció en entre los años 1950 y 1960 a raíz de las sequias que soportaron las comunas de Bambil y Manantial de Colonche de donde emigraron varias familias en busca de mejores días. Las familias fundadoras fueron: las de Paulo Rosales, Catalino Cacao y Los abuelos de Fortunato Cruz Ramírez.

Esta comunidad se caracteriza por que sus habitantes son muy unidos, de donde se supone nació el nombre con que se conoce a la población en la actualidad, sus habitantes son agricultores – ganaderos, actividades que heredaron de sus ancestros con la llegada y auspicio de la Fundación Pro Pueblo en 1994, algunas familias se dedicaban a la producción y venta de miel de abeja, en sus fincas se construían los panales que después de cierto tiempo, con el manejo adecuado estaban listas para ser comercializada, posteriormente la actividad decayó y cuando se pensaba que ésta era otra actividad que pasaría a formar parte de la historia de la comunidad, la familia de don Narciso Ramírez se propuso rescatarla y ha obtenido ya su nueva producción.

La Ponga

La Comunidad de la Ponga al igual que la Unión, se estableció entre los años 1950 y 1960 debido a las mismas circunstancias que está, por lo que aun hoy en día estas comunidades tiene mucho en común. Sus primeras familias emigraron hacia el interior de los mismos lugares. El primero en llegar fue don Silvano Ramírez Rodríguez, seguido por los padres de don Juan Cacao. Es en la comunidad de la Ponga donde se encuentra el mayor sitio de excavaciones arqueológicas de la Comuna.

Es importantes manifestar que en la comunidad de la Ponga se han encontrado innumerables hallazgos de sitios habitacionales con piezas arqueológicas, fragmentos de piedras y cerámicas pertenecientes a una de las 8 fases de la cultura Valdivia, es en este lugar donde se encuentra el mayor sitio de excavaciones.

Son muchos los años, que varios de sus pobladores se han dedicado a esta actividad, extrayendo las piezas de cerámicas las mismas que son comercializadas en el Museo de Valdivia, según referencias dadas por el señor Jorge Flores, quien asegura que se dedica a ello desde que era niño.

FOTO 2 Arqueología en La Ponga



Fuente: Marlene De la A Rodríguez

Atraídos por esta razón en el 2010 los estudiantes del Colegio Fiscal La Libertad emprendieron en la Comunidad un proyecto Ecológico Cultural y para el efecto construyeron una Cabaña, la misma que la comunidad podrá adecuar como sala de exhibición de estas importantes piezas.

FOTO 3 Cabaña



Fuente: Marlene De la A Rodríguez

En la actualidad, las familias de la Ponga, como el resto de las familias de la comuna se dedican a la agricultura y ganadería. Esta es la más pequeña y más necesitada población de la Comuna. Sus habitantes confían en que pronto los cabildos de turno, emprendan proyectos que les permita desarrollar actividades capaces de generar recursos que permitan a sus habitantes una vida digna y de mejores oportunidades.

ASPECTOS DEMOGRÁFICOS Y SOCIO CULTURALES.

En la Comuna habitan 391 familias cuyo incremento poblacional es de 1681 habitantes distribuidos así: Loma Alta 914 personas, Suspiro 510 personas, La Unión 159 personas y la ponga 98 personas. Actualmente la población de la Comuna es de 2101 habitantes de los cuales 1057 está representado por la población masculina y el restante 1044 corresponde a la población femenina tal como se detalla a continuación en la tabla a continuación.

TABLA 1: Población de Loma Alta

COMUNIDAD	FEMENINO	MASCULINO	Nº DE HABITANTES	PORCENTAJE
Loma Alta	613	680	1293	62
Suspiro	225	175	400	19
La Unión	116	120	236	11
La Ponga	90	82	162	8
TOTAL	1044	1057	2101	100

Fuente: Cabildo de la comuna Loma Alta
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

Población Económicamente Activa

La población económicamente activa lo constituye el 60%, dedicada a la actividad agrícola, la misma que en la actualidad sigue constituyendo la más importante fuente de trabajo de la población, la producción y comercialización de productos agrícolas, actualmente abastecen no solo los mercados locales, sino también a los mercados de la Provincia del Guayas, Manta y Santo Domingo.

El 40 % restante de la población se dedican al comercio, a la cría y comercialización de pollos, y a la elaboración de artesanías en tagua, recientemente se está fomentando un centro confección y venta de tejidos varios, tiendas, comercio y otros; en cambio otro grupo se desenvuelve como profesor en las entidades educativas tanto de la comunidad como en las comunidades aledañas, dentro de este grupo se encuentran las personas que realizan trabajos eventuales en las comunas aledañas, lo que implica abandonar el hogar del cual es responsable directa la mujer, ya que tiene que hacer frente a las responsabilidades de educar sola a sus hijos,

Servicios Básicos

♣ Transporte y accesibilidad

El transporte utilizado para llegar a la comunidad es público y son los buses de la Cooperativa 2 de Noviembre que hacen su recorrido desde el Cantón La Libertad cada 30 minutos, ingresando por Valdivia, de allí pasa por 2 poblados (Sinchal y Barcelona), hasta llegar a Loma Alta, desde Barcelona también se pueden trasladar en motos o en auto. Actualmente el traslado de Loma Alta a cualquier lugar se lo hace en transporte y la distancia entre la Comunidad y la cabecera parroquial de Colonche es de 15 Km y de 55,8 Km de la cabecera cantonal de Santa Elena. La principal vía de acceso a Loma Alta es de mono riego asfáltico y a la altura de la comunidad de Barcelona en adelante la vía que conecta a Loma Alta se encuentra en mal estado debido a las recientes lluvias, a sus comunidades se llega a través de caminos vecinales que actualmente se encuentran también en mal estado.

♣ Señalización vial

La comunidad no cuenta con señalización vial que facilite el traslado de las personas a la comunidad, sin embargo los que llegan a Loma Alta lo hacen guiados por referencias de amigos o familiares. Cabe destacar que la primera

señalización que existe se encuentra ubicada a la altura de la población de Barcelona.

♠ **Comunicación**

Actualmente el sistema telefónico domiciliario sigue siendo mínimo, administrado por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), quien buscando mejorar el servicio ha construido una central que permita comunicación con teléfonos inalámbricos a la población.

Así mismo existe una cabina de la empresa CLARO ubicada en el centro de la comunidad, que da el servicio a la misma, debido a la poca cobertura para las líneas móviles en el sector, sin embargo la mayoría de sus habitantes posee una línea celular, las mismas que alcanzan un 50% de cobertura en el parque y la biblioteca.

♠ **Sanidad – agua entubada**

La población local cuenta con una red pública de agua entubada que abastece en un 90 % a la comunidad mediante el sistema medidor en cada casa, administrada por la Junta Regional de Agua Potable “San José”. Los encargados del tratamiento de agua en la fuente de distribución son los miembros del comité de la Junta Regional que han sido capacitados para este fin, la comunidad se abastece de agua desde un pozo.

♠ **Sistemas de alcantarillado**

La Comuna carece de servicio de alcantarillado al igual que la mayoría de las comunidades de la naciente provincia de Santa Elena, en Loma Alta, la población deposita las aguas servidas a campo abierto, Un gran porcentaje lo hace a sabiendas que con esto, está contribuyendo a incrementar la contaminación ambiental, pero al momento no se cuenta con otra alternativa.

Es importante anotar que la comuna Loma Alta también carece de servicios higiénicos públicos, no obstante en cada vivienda se cuenta con letrinas en las cuales la población elimina sus excrementos, algunas familias en la actualidad están instalando servicios higiénicos en sus hogares, pero estos son muy escasos.

♣ **Basura**

En calidad de comuna conservacionista, La población ya no quema desechos sólidos, desde hace varios años en Loma Alta, estos son recogidos por el carro recolector de la Municipalidad de Santa Elena, que hace su recorrido dos veces por semanas.

♣ **Salud**

En lo que respecta a la salud, la comuna cuenta con un centro médico del Seguro Social Campesino, creado en 1984. Sus servicios se basan en Medicina General y Odontología, atendido de lunes a viernes por médicos especializados en las dos áreas y por una enfermera auxiliar. Según el diagnóstico médico, el paciente, es enviado al Hospital del Seguro ubicado en Ancón o al Dispensario Médico del Seguro Social en la Ciudad de La Libertad. Además existe una mini farmacia para la venta de medicaminos básicos. En casos de emergencias se trasladan hasta el Hospital de Manglaralto por ser el más cercano. Algunos dependiendo de sus recursos prefieren la atención privada y para ello van hasta la comunidad de San Pedro.

♣ **Servicio de energía eléctrica**

Actualmente la Corporación Nacional de Electricidad S.A. (CNEL), Regional Santa Elena, suministra las 24 horas del día, el servicio eléctrico a la comunidad, el alumbrado público es deficiente, no así los domicilios que son abastecidos del servicio eléctrico en un 95%. En la población no existe estación de servicio de

combustibles para automotores, la más cercana se encuentra a 25 kilómetros y está ubicada en la población de Palmar. Es allí donde se abastecen los vehículos que entran o salen desde y hacia las poblaciones.

♠ Educación

Desde que se tiene recuerdos, la Escuela siempre ha llevado por nombre de “Eugenio Espejo”, la primera que se edificó en Loma Alta, se la construyó con materiales de la zona y le correspondió el n° 11, fue levantada dónde hoy se encuentra el Dispensario Médico del Seguro Social Campesino. Su personal docente estuvo compuesto por un solo profesor. Está era la única escuela en toda la comuna por lo que hasta aquí venían los alumnos del Suspiro, la Unión y la Ponga.

Posteriormente cada comunidad con el apoyo de los gobiernos de turnos lograron construir sus propias Escuelas: Alberto Panchana Padrón en Suspiro, Demetrio Aguilera Malta en la Ponga, Eduardo Aspiazu Estrada en la Unión. Loma Alta también, con el apoyo de los padres familia y los militares en 1975 construyó una Escuela más “moderna”, en Loma Alta en el año 1995, con el apoyo de Plan Internacional, se construyeron 5 nuevas aulas, en el 2006 con el financiamiento económico de los padres y maestros se construyó el cerramiento del patio escolar,

A pesar de ello, el sistema de educación en toda la comunidad era muy precario, ya que se contaba con cuatro Escuelas y cada una laboraba con un solo profesor. Desde 1997, la comuna preocupada por mejorar la educación, especialmente de la niñez, firma convenios con la Fundación (PAN), la cual entrega un incentivo económico a varios jóvenes de la Comunidad para que presten su colaboración como Profesores en las Escuelas de Loma Alta y Suspiro, así mismo por varios años dotó de material escolar a los niños de toda la comuna. Buscando siempre el bienestar de la comunidad estudiantil, en el año 2002, el cabildo presidido por Gustavo De la A R, en convenio con la Fundación People Allied For Nature

(PAN), Centro de Promoción Rural (CPR) y Plan Internacional, se construye y equipa la biblioteca Comunal con el nombre de su principal patrocinador. “Claude Nathan”. De la misma forma en el año 2008 se construyó una biblioteca para la comunidad de Suspiro, que al igual que la de Loma Alta lleva el nombre de su Gestor. Larry E Everen.

Actualmente, la educación en la comuna ha cambiado mucho ya que el gobierno nacional está prestando especial atención a la educación en el país y la Comuna Loma Alta, se encuentra “gozando” de este privilegio tanto tiempo anhelado. A más de sus cuatro Escuelas, la Comuna cuenta con dos centros infantiles, el centro de desarrollo infantil “Virgen de las Mercedes” y el centro Integrado de Desarrollo Infantil, los mismos que acogen a la población infantil hasta los 3 años. Gracias a la iniciativa de su cabildo en el año 2004 bajo la Presidencia de don Rufilio De la A C. logra la creación de la extensión del Colegio a distancia Dr. Eugenio Espejo, que acoge a cerca de 200 estudiantes que asisten a clases los fines de semanas, brindándoles las especialidades de Contabilidad, Agronomía, Informática y Sociales.

Según las estadísticas, hasta hace menos de una década eran muy pocos los jóvenes que tenían acceso a una educación secundaria debido a la falta de recursos económicos de sus padres. La tasa de alfabetización actualmente es de 90%, como en el resto del país la educación es gratuita y obligatoria. La población escolar de entre los 5 y 12 años asisten a las escuelas de la comuna (Eugenio Espejo de Loma Alta; Alberto Panchana Padrón de Suspiro, Demetrio Aguilera Malta de la Ponga, Eduardo Aspiazu Estrada de la Unión). La tasa de escolarización en la secundaria es de 27,22%, cabe indicar que está se ha incrementado enormemente en los últimos 5 años, los jóvenes asisten a los colegios más cercanos, unos pocos van a colegios del Cantón, los de menos recursos asisten a la extensión del Colegio de la comunidad, creada para este fin. La población Universitaria y profesional en Loma Alta, sigue siendo mínima, alcanza sólo el 16 %.

En la elección del cabildo pueden participar todos los comuneros afiliados, los representantes no tienen ni voz ni voto el día de la elección, el cabildo es la máxima autoridad de la Comuna, actualmente delega responsabilidades a los diferentes comités; cada uno se ocupa de velar por su área, (educación, agua, seguro social, entre otros). Hasta hace pocos años el cabildo estaba integrado por un representante de cada comunidad, en los últimos años todos sus dirigentes han sido de Loma Alta, debido a la poca participación de los comuneros a las asambleas, sin embargo en los pueblos de la comuna, existen comités de desarrollo, los mismos que se eligen en asambleas que se realizan en cada comunidad con la presencia de sus moradores y en ocasiones también con el cabildo central.

Estos comités son los encargados de llevar a la asamblea general de comuna que se realizan el primer sábado de cada mes, las inquietudes o programas que pretenden desarrollar en beneficio de sus comunidades, La mujer ha tenido poca participación en la dirigencia comunal. No obstante en los últimos tres años las cosas han tomado un giro radical y actualmente Loma Alta cuenta con dos mujeres en su administración comunal al igual que un representante de la comunidad de Suspiro y La Unión.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA CIENTÍFICO

El problema en la presente investigación se plantea en base a la interrogante siguiente ¿De qué manera contribuirá la aplicación de estrategias al desarrollo del turismo cultural en la comuna Loma Alta, parroquia Colonche, cantón Santa Elena?

SISTEMATIZACIÓN

- ¿Cómo influye el desconocimiento del turismo cultural en el desarrollo local?

- ¿Cómo influyen las limitantes del turismo cultural en el desarrollo local?
- Cómo incide la limitada participación de la población en el desarrollo de las actividades culturales?
- ¿Cómo incide el limitado conocimiento de la aplicación de estrategias de desarrollo turístico en la población?

OBJETIVOS

Objetivo general

Determinar la aplicación de las estrategias de desarrollo participativo mediante la interacción de la comunidad y los actores sociales para el establecimiento del turismo cultural en la comuna Loma Alta.

Objetivos Específicos

- Identificar las estrategias de desarrollo participativo a aplicar en la comunidad
- Determinar el nivel de participación de la comunidad en los procesos de desarrollo local.
- Identificar los recursos turísticos de la comunidad y establecer el turismo cultural como nueva oferta turística.
- Determinar mediante investigación bibliográfica las estrategias de desarrollo participativo utilizadas en la comunidad de destinos.
- Diseñar una propuesta de turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo para la comuna Loma Alta.

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

En la actualidad el turismo cultural está ganando terreno como generador no solo de recursos económicos si no de integración entre el ser humano y el desarrollo

sostenible logrando con esto el respeto a los recursos naturales y culturales, así lo fundamenta la Universidad de Murcia al referir que: “El turismo cultural, se configura como una alternativa, tanto por el incremento de la demanda como por sus favorables efectos sobre las poblaciones locales y su capacidad de distribución en beneficio”. (Cebrian, 2001)

Por otro lado, el CONAM (Consejo Nacional de Modernización) y el BID (Banco Interamericano de Desarrollo), en el Plan de Marketing de la provincia de Santa Elena como apoyo a la descentralización sostiene que:

En lo que concierne el turismo cultural, es común tanto al espacio rural como al urbano, al turismo de costa como al de interior y se basa en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona. Este tipo de turismo según el PIMTE genera un nivel de gasto bastante superior a otros tipos de turismo de recreación, ya que busca artesanías, gastronomía, asistir a eventos populares. Incluye a los mercados indígenas, la medicina herbolaria y el shamanismo y las fiestas populares de todo tipo por lo que representan y muestran de la diversidad del país. (Aguilar, 2006:11)

Las afirmaciones anteriores hecha por estos organismos abre el abanico de oportunidades que posee el turismo cultural y muestra los ámbitos que abarca, lo que da la pauta a la presente propuesta investigativa orientada hacia éste campo permitiéndonos así delinear las estrategia de desarrollo participativo de manera que sirva como un punto de partida de desarrollo integral que fortalezca la identidad local.

La riqueza cultural de Loma Alta ofrece la posibilidad de instituir nuevas experiencias que satisfaga las necesidades de otro segmento del mercado turístico, además de apoyar la revalorización de los recursos culturales de la comunidad, sustentado en el desarrollo de las actividades culturales que se ejecutan con gran éxito en todo el país.

La fiestas de las flores y las frutas, las fiestas de la mama negra, el carnaval de Guaranda desarrolladas año a año en las provincias de la sierra; la amplia

variedad de artesanías en tagua y paja toquilla, las ferias artesanales y gastronómicas que se realizan actualmente en la ruta del Spondylus, son entre otras parte del patrimonio cultural intangible que se pretende tomar como modelo para el desarrollo de la presente investigación de turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo en la comuna Loma Alta.

Esto representa una alternativa que permite a la población abarcar nuevos espacios en pro de un desarrollo equitativo y beneficioso para sus habitantes, La misma que se pretende lograr realizando un estudio que permita la inserción del Turismo Cultural acorde a las necesidades actuales y que pueda complementar la actual oferta de turismo ecológico, promoviendo la participación local, ofertando el Turismo Cultural a nivel regional, delineando estrategias, proponiendo festivales folclóricos, gastronómicos y artesanales con miras a lograr un exitoso desarrollo de la actividad turística.

En torno al presente estudio la comunidad juega un rol muy importante ya que con su participación logrará beneficiarse directamente, Además de favorecer indirectamente a los turistas que la visiten, a los prestadores de servicios turísticos y a las comunidades aledañas ya que Loma Alta podrá convertirse en un modelo de desarrollo cultural al igual que hace varias décadas se convirtió en modelo de conservación ambiental.

El Turismo Cultural como estrategia de desarrollo participativo para Loma Alta, permitirá a la comunidad interactuar social y culturalmente con los visitantes, aportar ideas y tomar decisiones que ayuden a diseñar nuevos proyectos que permitan desarrollar un turismo sustentable que permita la supervivencia y el progreso de la producción cultural sin ocasionar daños al medio ambiente.

Visto desde esta perspectiva, la investigación se argumenta en la necesidad que tiene la comunidad de aprovechar al máximo su cultura ya que actualmente, esta es una actividad que está atrayendo mucho al turista internacional que ve en el

patrimonio cultural una forma diferente de disfrutar la vida. Además se convertirá en un recurso para llevar a cabo actividades turísticas dentro del entorno cuya importancia radica en mostrar aquellos elementos tanto tangibles como intangibles, es decir los conocimientos que se transmiten a través del tiempo de generación en generación como son las costumbres, tradiciones, especialidades culinarias y otros oficios.

HIPÓTESIS

La aplicación de las estrategias de desarrollo participativo mediante programas integrales contribuirá al desarrollo del turismo cultural en la comuna Loma Alta, parroquia Colonche, provincia de Santa Elena

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

En el presente estudio se desarrolla con dos variables: dependiente e independiente para ser medidas, analizadas y desarrolladas a través de sus conceptualizaciones.

Variable independiente:

Estrategias de desarrollo

Variable dependiente:

Turismo cultural

CUADRO 1 Variable Independiente

DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO
<p>Estrategias de desarrollo:</p> <p>“Es el planteamiento general sobre la forma como se debe conducir un hecho o actividad, a fin de que alcance satisfactoriamente los objetivos que se le han fijado y se aproxime por tanto a la situación deseada”. (Hernández, 1991)</p>	Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> • Participación • Gobernanza 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Considera importante la participación de la comunidad en los procesos de desarrollo estratégicos? • ¿Considera necesaria la gobernabilidad para el desarrollo de la comunidad? 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Entrevistas
	Actores sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Cabildo • Comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Considera beneficioso para la comunidad, la participación del cabildo en los procesos de desarrollo local? • ¿Considera la participación de la comunidad elemento, importante en desarrollo del turismo cultural? 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Entrevistas
	Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación • Eventos culturales • Organización de ferias artesanales y Gastronómicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Considera las capacitaciones una motivación para el desarrollo de las actividades turísticas? • Cree que la realización de eventos culturales afianzarían el conocimiento de la cultura de la comunidad? • Considera la realización de ferias artesanales y gastronómicas una alternativa de desarrollo cultural en la comunidad? • Considera la aplicación de estrategias de marketing una opción para desarrollar con éxito las actividades culturales en la comunidad? 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Entrevistas • Observación

Fuente: Cuadro de operacionalización de las variables: Variable independiente.
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

CUADRO 2 Variable dependiente

DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMES	INSTRUMENTOS
<p>TURISMO CULTURAL:</p> <p>"Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico" ((SECTUR), 2002)</p>	Impactos	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiental, Social • Económico • Ambiental, Social 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Considera que las actividades culturales son beneficiosos para el desarrollo turístico en una localidad? • ¿Considera la práctica del turismo cultural beneficio desarrollo de la economía local? • ¿Considera que la aplicación de leyes son una manera de mitigar los efectos negativos en las prácticas turísticas? 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas • Encuestas • Observación
	Recursos culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Costumbres • Tradiciones • Mitos • Fiestas religiosas • Artesanías 	¿Conoce las costumbres y tradiciones de su comunidad?	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas • Encuestas
	Promoción y publicidad	<ul style="list-style-type: none"> • Trípticos • Carteleras • Vallas • Página web • Publicidad en transportes. • Publicidad radial 	¿Considera usted que la promoción y publicidad contribuirá a posicionar a Loma Alta como destino turístico cultural?	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Entrevistas
	Mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta • Demanda 	¿Le gustaría participar de actividades culturales?	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Entrevistas

Fuente: Operacionalización de la variable dependiente
 Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTE DEL TEMA

El turismo cultural juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de cada país y en él se interrelacionan tres elementos -patrimonio, turismo y cultura- que son difíciles de equilibrar, ya que mientras el turismo se ha considerado históricamente como una actividad preponderantemente económica, el patrimonio es una riqueza no renovable que no puede considerarse un producto clásico de consumo. Es necesaria la búsqueda de estrategias encaminadas a fomentar el desarrollo del turismo cultural, no solamente como motor económico de los pueblos, sino también como preservador de los valores y del patrimonio cultural de las naciones, desde una perspectiva que garantice el respeto y la conservación de los mismos a través de un mayor conocimiento entre los turistas, y de intercambios interculturales fructíferos que contribuyan al desarrollo económico, social y cultural de los pueblos. Según especificaciones del centro de documentación cultural del Ministerio de Cultura (Ministerio de Cultura, 2011)

El ministerio de cultura del Ecuador propone para el desarrollo de la actividad cultural la búsqueda de estrategias de allí que se toma como referencia importantes estudios realizados en países como México que siendo un país que cuenta con una amplia oferta cultural, a través de su secretaría de turismo (SECTUR, Estudio estretégico de viabilidad para el segmento del tuismo cultural en México, 2002) “para fortalecer y potenciar la relación de las actividades turísticas en su vertiente cultural propone el desarrollo de líneas estratégicas en los siguientes ámbitos de actuación: Revaloración de la relación cultura y turismo, Fortalecimiento organizacional, Optimización de la gestión del patrimonio

cultural, Enriquecimiento de la oferta turístico-cultural, Replanteamiento de la promoción y comercialización, Sistematización de instrumentos de planeación y control”.

Otro estudio importante con réditos para la presente propuesta la aporta el Diseño del Plan Estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador (PLANDETUR, 2007), que cuenta en sus líneas de acción una serie de programa de medidas transversales de turismo para la gestión socio cultural que busca potenciar las actividades culturales y el rescate y protección del patrimonio histórico cultural a través del apoyo a sus manifestaciones con respeto a las culturas y poblaciones locales.

Amparado en los mencionados estudios y el éxito que están teniendo las actividades culturales, es que se propone el desarrollo del turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo, el que además se basa en las normas legales que rigen la actividad turística de manera que permitan su desarrollo y florecimiento de una manera racial.

El turismo cultural es por tanto, una actividad que se ve y se siente, sobre todo en las ciudades de la sierra ecuatoriana donde el sentimiento popular ha llevado a estas comunidades a ofertar y posicionar su patrimonio cultural intangible como una muestra de su cultura, en la zona actualmente denominada Ruta del Spondylus, la industria turística no se ha quedado atrás, su principal oferta ha sido sol y playa, pero eso está cambiando gracias al fomento del Gobierno Nacional que actualmente y luego de los graves problemas ambientales que soporta el mundo, le está apostando a la diversidad dando realce a otras actividades turísticas como el de naturaleza y el cultural, es así que en los últimos años el Ministerio de Turismo organiza ferias en las diferentes comunidades con la finalidad de captar otros mercados. Otras de las ofertas que más venden en la Ruta del Spondylus son las actividades artesanales y la gastronomía.

A cada paso, a lo largo de toda la ruta se exhiben artesanías de los más variados materiales, modelos, color y precio, en cuanto a la gastronomía, en base a la demanda del turismo, algunas comunidades ya ofrecen a sus visitantes platos típicos de la zona, en algunos casos la base principal son los mariscos.

Por otro lado en la Ruta del Spondylus, el turismo representa el mayor generador de recursos económicos para muchas familias a través de la generación de empleos. Estas familias lo han dejado todo para apostarle al turismo, lo que constituye un factor adverso ya que el turismo en muchas poblaciones sigue siendo estacional, es decir que una vez que se termina la temporada la actividad decae golpeando la economía de muchas familias.

Estos son entre otros, algunos antecedentes dignos de resaltar, una vez que se prevé, con la presente propuesta, desarrollar actividades culturales en la comuna Loma Alta para lo cual se plantean varias estrategias de acción que contribuyan a desarrollar y posicionar el turismo cultural, ampliar y diversificar la oferta con miras a mantener la dinámica de las comunidades todo el año.

1.2. VARIABLE INDEPENDIENTE

1.2.1. Desarrollo Participativo

Antes de hablar de desarrollo participativo, es necesario definir lo que significa el término desarrollo en sí, y para ellos se acoge lo expresado por, (Moreno, 2008:32), en su libro experiencias exitosas del Japón II. Conceptos y métodos del desarrollo endógeno/desarrollo participativo, manifiesta que desarrollo es:

“Algo que se hace para que los recursos naturales sirvan para la vida del pueblo, pero el desarrollo local significa muchas veces la rehabilitación de las instalaciones. Sin embargo, si consideramos el origen de la palabra ingles “de – velop”, el desarrollo también significa algo que se extrae de lo fundamental, y en el contexto del desarrollo cultural regional, se considera importante extraer y utilizar los recursos locales de la cultura que posee la localidad”

La definición de Moreno refleja la amplitud del término ya que abarca los recursos naturales y culturales, para los cuales el recurso económico parece ser la clave del denominado desarrollo indispensable para la rehabilitación de las instalaciones a las que el autor hace referencia, por lo que es importante abordar el término desde el sentido del crecimiento económico, que para las comunidades pequeñas ha sido sinónimo de desarrollo, no obstante en la actualidad el desarrollo se basa en métodos investigativos generando los cambios sociales que las comunidades necesitan para crecer. De ahí que el desarrollo es visto como: “La utopía social por excelencia. En un sentido metafórico es el miltoniano paraíso perdido de la humanidad, nunca alcanzable ni recuperable debido a su naturaleza asintótica al eje de su propia realización”. (Boisier, 1999:53)

En efecto el desarrollo son los métodos enfocados a transformar ese algo que se pretende lograr en base a unos objetivos establecidos y que mejor que mediante la participación activa de la comunidad local, de manera que deje de ser como dice Boisier una utopía y se convierta en algo realizable que mejore los recursos humanos y por supuesto aumente el capital productivo, de manera que se pueda hablar de desarrollo local.

Por otro lado se enfoca la participación, para finalmente determina el desarrollo participativo. Para ello se toma las especificaciones de la revista Redes de Protección Integral, módulo de formación acoge la definición de participación emitida por la revista Redes de servicios especializados de atención integral para la niñez y sus familias, guía de operadores 1.CNNA. Para la cual participar implica:

“Construir en conjunto, seguramente más lentamente que en otras metodologías más directivas, pero con la seguridad de construir desde las verdaderas necesidades y potencialidades de las personas, con tal involucramiento de los actores sociales en el proceso y por consiguiente con una relevancia social tal que confiere a la comunidad y los actores la autoridad suficiente para sostener procesos y desarrollarlos desde la clave del mejoramiento continuo” (Guía de operadores n°1, 2006).

El concepto de participación de la mencionada revista parece un poco confuso en la primera parte, no obstante es muy clara en el segundo fragmento por lo que la participación tiene que ver con la inmersión de los actores sociales en los procesos de desarrollo ya que la participación activa es la que le da la autoridad para tomar decisiones y ejecutar acciones en pro del progreso colectivo.

Otra definición de la mencionada revista editada por el Consorcio de Organizaciones no gubernamentales a favor de la familia e infancia Ecuatoriana (CONFIE) expresa que la participación “implica el grado de pertenencia que parte de la voluntad de las personas para intervenir, involucrarse, actuar y tomar posición en la toma de decisiones para alcanzar objetivos comunes y comprometerse con ellos” (CONFIE, Modulo de formación, 2008).

Definido lo que significa participación, se amplía el concepto abarcando el desarrollo por lo que el desarrollo participativo puede entenderse como: “Un medio de desarrollo eficiente, para su realización, la buena gobernación tal como la claridad en ejecución de la política y la responsabilidad de informar será el requisito previo, y cuando el desarrollo participativo sea el objetivo, tenemos que prestar atención a la buena gobernación a través de la promoción de la participación”

(Moreno, 2008:22) Parece abarcar todo en su conceptualización ya que el desarrollo participativo debería ser tal como lo propone el autor. Voluntario, claro, responsable, equitativo, son en la actualidad las palabras claves para la buena gobernanza a la que indica el autor. Pág. 22

1.2.2. Gobernanza

Otro término que se debe tomar en consideración a la hora de pretender desarrollar cualquier tipo de actividad que de una u otra manera provoque desequilibrios en la comunidad por la importancia que el término abarca.

De ahí que organizaciones como la FAO, dictaminan la conceptualización del término gobernanza que debe ser analizado por todos los gestores del desarrollo.

Por consiguiente, Gobernanza es:

(FAO, 2007:7) “La forma en que la sociedad es administrada y en que se reconcilian las prioridades e intereses contrapuestos de diferentes grupos. Se incluye aquí a las instituciones gubernamentales oficiales pero también a los acuerdos no oficiales. La gobernanza se ocupa de los procesos mediante los cuales los ciudadanos participan en la toma de decisiones, los gobiernos rinden cuenta a los ciudadanos y la sociedad obliga a sus miembros a observar las normas y las leyes”

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO, determina los límites de la gobernanza y según sus apreciaciones se determina que gobernanza es una forma de administración, basada en la participación, toma de decisiones, la aplicación y el cumplimiento de las leyes.

La mencionada organización, además expresa que una buena gobernanza basa su desarrollo en:

Características:

- ♣ Evita la corrupción
- ♣ Rendición de cuentas
- ♣ Estabilidad política
- ♣ Eficiencia del gobierno
- ♣ Calidad reglamentaria

Principios:

- ♣ Equidad
- ♣ Eficiencia
- ♣ Transparencia

- ♣ Sostenibilidad
- ♣ Participación cívica
- ♣ seguridad

1.2.3. Estrategia de Desarrollo

Una vez que el término desarrollo ha sido analizado en el epígrafe anterior, se determina la definición del término estrategia, para ello se toma en consideración las argumentaciones de algunos autores. Para Arnoldo Hax y Nicolás Majlis, “Estrategia es un modo de dar explícitamente forma a las metas y los objetivos de largo plazo de la organización, definiendo los principales programas de acción necesarios para alcanzar dichos objetivos y desplegando los recursos necesarios” (Hax, 2004:25).

Tomando como base lo expuesto por el autor se deduce que estrategia es el lineamiento que se debe seguir en la ejecución de los programas de acción con miras a lograr los objetivos planteados.

Otra definición de estrategia la da (Hernández D, 1991:39) y refiere que estrategia es: “El planteamiento general sobre la forma como se debe conducir un hecho o actividad, a fin de que alcance satisfactoriamente los objetivos que se le han fijado y se aproxime por lo tanto a la "situación deseada” Pág. 39

La siguiente definición de (Matilla, 2008:21) plantea la noción de que estrategia es: “El conjunto de decisiones preparadas de antemano para el logro de un objetivo asignado, teniendo en cuenta todas las posibles reacciones del adversario y/o la naturaleza” Pág.21

Comparando las tres definiciones se concluye que no difieren mucho o más bien guardan relación en el sentido que todas plantean la idea de que estrategia son los pasos a seguir para lograr un objetivo, por lo que se concuerda con los autores

respecto a sus especificaciones, no obstante vale acotar la importancia de las reacciones adversas a las que hace referencia Matilla, toda vez que el presente trabajo investigativo que se desarrolló en la comuna Loma Alta tiene sus bases en la aplicación de diversas estrategias que sirven como contribución para desarrollar y posicionar el turismo cultural en la mencionada comuna.

1.2.4. Tipos de Estrategias

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo se conceptualizaron las siguientes estrategias, las mismas que contribuyeron a desarrollar el turismo cultural en la comuna Loma Alta

1.2.4.1. Estrategia de Formación del Recurso Humano

Según (PNUD, 2012), establece a la formación del recurso humano como una significativa estrategia de desarrollo, la misma que en su conceptualización nos menciona la importancia de poseer:

“Capacidades técnicas y habilidades que le permitan poner en práctica las acciones que de la estrategia se generen, sobretodo relacionado a la formulación y postulación de proyectos. Muchas veces el fracaso de las propuestas se debe a la falta de personal calificado y a la incapacidad de estos de ejecutar ciertas acciones”.

Según especificaciones del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Por lo que es importante anotar que la comuna Loma Alta cuenta en la actualidad con el personal calificado para lograr el desarrollo local, sin embargo es necesaria la formación del personal en diversas áreas de manera que pueda ofertar un servicio de calidad al turista.

1.2.4.2. Estrategia de Gobernanzas y Asociatividad

La misma organización (PUDO), refiere que las gobernanzas y la asociatividad

son estrategias orientadas a la gestión por lo que son importantes de tener en cuenta ya que estas:

“Generan un compromiso en todos los participantes para optimizar la gestión asociativa, pudiendo perdurar en el tiempo el desarrollo de la actividad, y posteriormente el éxito del Modelo de Gestión que se debiese implementar, además del aspecto de fiabilidad del destino, lo cual podrá ser visto como una red de oferta con un sello de garantía de calidad”.

Acogiéndose a lo especificado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, la gobernanza y la asociatividad representan un tipo de estrategia que bien delineada lograría contribuir con el desarrollo del turismo cultural en la comunidad.

1.2.4.3. Estrategia de Participación

Para que se cumplan los objetivos de desarrollo es imprescindible la activa participación de la comunidad, ya que se trata de “asumir el compromiso de construir en conjunto, desde las necesidades y potencialidades de las personas, con tal involucramiento de los actores sociales en el proceso que se lleva adelante” (CONFIE, Módulo de formación 3, 2009).

Y es que de la activa participación de cada uno de los actores locales como gestores de su propio desarrollo dependerá el éxito o el fracaso de las actividades a desarrollar en la comunidad con miras a posicionar el turismo cultural como estrategias de desarrollo participativo. Para hacer efectiva una estrategia participativa René Muñiz (Muñiz, 2006: 36) propone como estrategias:

- ♣ **La información - sensibilización de la población:** Este tipo de estrategia abarca lo que se pretende hacer, importancia y fines.
- ♣ **La convocatoria social:** teniendo en cuenta que el diagnóstico participativo es un proceso integrador, se realizan las convocatorias en base a los objetivos y abarca las organizaciones y asociaciones que existen en el medio.

♣ **Dinamización de la comunidad:** Contribuye a fomentar el ambiente favorable que propicien la cohesión comunitaria mediante el estímulo de su identidad y de actividades de animación de sus espacios de recreación y esparcimiento.

♣ **Articulación social:** El actor del diagnóstico participativo es la propia comunidad, por lo que sus organizaciones y grupos están llamados a ser sus verdaderos ejecutores.

♣ **La formación para el diagnóstico:** Abarca la preparación metodológica y técnica de los equipos y grupos de la comunidad.

René Muñiz en su libro Diagnóstico Participativo abarca cinco tipos de estrategias que dada a la importancia de cada una aportarán elementos indispensables para plantear la propuesta del capítulo 4.

1.2.4.4. Estrategias de Marketing

Una importante estrategia que contribuirá a generar una ventaja competitiva y una diferenciación sin lugar a duda la otorga el Marketing por lo que para la elaboración de la propuesta se hará uso de esta herramienta para lograr un exitoso posicionamiento del turismo cultural. Para definir de estrategia de marketing y los instrumentos del mismo se toma como referencia el libro Principios y estrategias de Marketing de Irma Rodríguez Ardua (Rodríguez, 2006:27-71). Quien expresa que estrategia de marketing es:

“Un modo de concebir y ejecutar la relación de intercambio, con la finalidad de que sea satisfactoria para las partes que intervienen y para la sociedad, mediante el desarrollo, la valoración, la distribución y la promoción que una de las partes hace de los bienes, los servicios, o las ideas que la otra parte necesita”. Pág. 71

Esta definición abarca los instrumentos del marketing mix que se detallan a continuación. Por consiguiente vale anotar, así mismo una breve definición del Marketing mix que no es otra cosa que: “el conjunto de herramientas controlables e interrelacionadas que disponen los responsables de marketing para satisfacer las necesidades del mercado y a la vez conseguir los objetivos de la organización”.

Las herramientas a las que hace alusión en el marketing mix son: Producto, precio, distribución y comunicación.

- **Producto:** “es el instrumento del que dispone la empresa para satisfacer las necesidades del consumidor de ahí que no se debe considerar el producto a partir de sus características físicas o formales únicamente, sino teniendo en cuenta todos los beneficios que se derivan de su utilización”.
- **Precio:** “es el único elemento del marketing mix que aporta ingresos a la empresa, no solo consiste en la cantidad de dinero que el consumidor paga para obtener el producto, sino que también engloba todos los esfuerzos que le supone adquirirlo”.
- **Distribución:** “engloba todas las actividades que posibilitan el flujo del producto desde la empresa que los fabrica o produce hasta el consumidor final”.
- **Comunicación:** “engloba los canales mediante la empresa se informa de que el producto existe así como de sus características y los beneficios que se derivan de su consumo”

Producto, precio, distribución y comunicación, son cuatro herramientas que contribuirán a posicionar el turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo en la comuna Loma Alta, que empleará los canales de distribución a su alcance como prensa, hablada, escrita, la Web y otros medios para dar a conocer el producto que oferta, así mismo, se empleará como medio de comunicación las ventas personales, publicidad, promoción, entre otras, detalladas en el capítulo 4

1.3. VARIABLE DEPENDIENTE

1.3.1. El turismo

Desde los orígenes de la humanidad y por diversas razones el hombre ha hecho turismo, ya que ha tenido la necesidad de trasladarse de un sitio a otro, pero no es sino hasta la segunda mitad del Siglo XX que surge el turismo como en la

actualidad se la conoce y se practica. Los factores que han contribuido a su desarrollo son: la aparición del avión que facilitó el traslado de las personas de un lugar a otro, las bajas del petróleo, las vacaciones pagadas, el incremento del tiempo libre en los países industrializados y la tecnología, según afirmaciones de la OMC.

De ahí que se han vertido varios conceptos acerca de lo que es el turismo, el mismo que varía de acuerdo al autor que lo enuncia, así, para la OMT (Organización Mundial del Turismo) turismo son: “Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos”. (Heras, 2004:20).

De la misma manera, la Universidad de Huelva, lo define como una: “Actividad tanto de producción como de consumo que envuelve y arrastra dentro de su campo terrenos extraños que, en otros tiempos, estuvieron perfectamente definidos y constituían campos del saber autóctonos y ajenos al turismo” (Reyes, 2012:9).

Mientras que para el Ministerio de Turismo del Ecuador, en la Ley de Turismo, en Su Capítulo I, artículo 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” (Ley de turismo, 2002:3).

En referencia a lo expuesto se determina que las organizaciones coinciden en que el turismo es una actividad que consiste en el desplazamiento de personas por motivos diversos y tiempo determinado. Sin embargo existen otros autores para los cuales el turismo representa un fenómeno social sustentado en las afirmaciones de Alfredo Escaneo en el artículo denominado las contradicciones del turismo cultural, la economía y la política de la revista “PASOS” volumen 2, para quien el turismo es:

“Un fenómeno socioeconómico y cultural, provocado por forasteros que al visitar voluntariamente una localidad sin propósitos inmediatos de lucro, canjean los consumos materiales y culturales que ahí realizan, por productos equivalentes generados en la comunidad en que radican” (Ascanio, 2004).

Cualquiera que sea el autor y la opinión que se emita al respecto, se determina que el turismo es el conjunto que conecta diversas actividades destinadas a brindar experiencias, conocimientos y recreación al turista, que se desplaza en busca de satisfacer sus necesidades de descanso, ocio y recreación. Es importante entonces agregar que la definición de turismo que se toma como referencia para el desarrollo del presente trabajo investigativo es la emitida por la OMT.

Una de las múltiples actividades que enlaza el turismo es la económica por lo que en la actualidad se perfila como una actividad rentable, generadora de plazas de trabajo e ingresos económicos que contribuyen a elevar el nivel de vida de las comunidades, convirtiéndose así en la base del desarrollo de algunas poblaciones en todo el mundo, motivo por el cual alcanza notable importancia en la actualidad. Sin embargo el turismo no se genera solo, sino que existen una serie de elementos que hacen posible su desarrollo detallados en el epígrafe a siguiente.

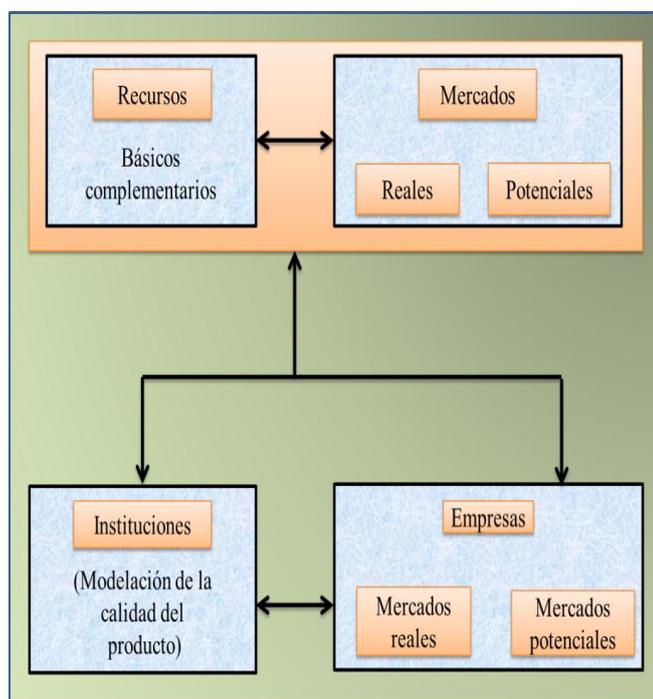
1.3.2. El sistema turístico

El análisis precedente de sistema turístico lo hace, José Antonio Donaire en su libro Planificación Territorial del turismo, coincidiendo con la OMT en sus apreciaciones y expresa, que los elementos del sistema turístico son: Los recursos, la demanda, los factores que inciden en la oferta y las empresas turísticas. El autor, además, cuando se refiere a ellos expone:

“Todos los elementos del sistema turístico deben ser analizados individualmente, al mismo tiempo, se deben establecer las interrelaciones que existen entre los mismos. El conjunto de todos ellos, a través de estas interacciones deben aportar sinergia, que garanticen la sostenibilidad del desarrollo turístico. Otros factores que deben tomarse en consideración son la accesibilidad, el equipamiento en relación al producto turístico dado” (Donaire, 2005:63).

En otras palabras, los elementos del sistema turístico, ya sea que se analicen en conjunto o independientemente, lo que no se debe olvidar es que los resultados benéficos serán notorios por su evolución en conjunto ya que la suma de ellos aporta al desarrollo de la actividad turística dentro de la comunidad.

FIGURA 1: El Sistema Turístico



Fuente: (Donaire José A, 2005)

Es importante destacar las apreciaciones de Donaire, al referir los otros factores a los que es preciso tomar en consideración, ya que de nada sirve contar con los atractivos turísticos sino se cuenta con la accesibilidad y/o la infraestructura adecuada para desarrollar con éxitos la actividad turística, de manera que la comunidad y sus habitantes disfruten los beneficios.

Los recursos turísticos según Donaire se clasifican en: Básicos y complementarios; actuales y potenciales. Los recursos básicos, tiene la capacidad de atraer visitantes por lo que es importante una valoración global de todos los

factores y variables que lo componen; los recursos complementarios, son aquellos que en su mayoría no poseen un atractivo claro, por lo que son muy difíciles de detectar, sin embargo determinan en el territorio “saboreas” o “unidades ambientales turísticas”.

En lo que respecta a los recursos actuales y potenciales, a manera de ver del autor hay que saber diferenciar, ya que los primeros se caracterizan porque sirven de soporte a la actividad turística estructurada. Los recursos potenciales fomentan la mejora de los actuales y amplían las posibilidades turísticas de las diferentes áreas.

El sistema turístico analizado desde el punto de vista de la Organización Mundial del turismo (OMC) es: “Un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica semántica” (Sancho, 2007:47)

Mientras que para Niel Leiter citado por (Quesada Castro, 2010:128-133) en su libro Elementos del turismo; el sistema turístico es:

“Un sistema abierto de cinco elementos, interactuando en un amplio medio ambiente siendo estos elementos; uno dinámico, el turista, tres geográficos: la región generadora, la ruta de tránsito y la región de destino, y un elemento económico, la industria turística” Pág. 133

La importancia de contar con un sistema turístico bien estructurado es lo que permitirá a la comunidad desarrollarse en este ámbito, ya que el uno sin el otro no funcionan debidamente, lo cual puede provocar pérdidas en la comunidad residente, debido a la desconfianza que provoca en el turista la falta del citado sistema.

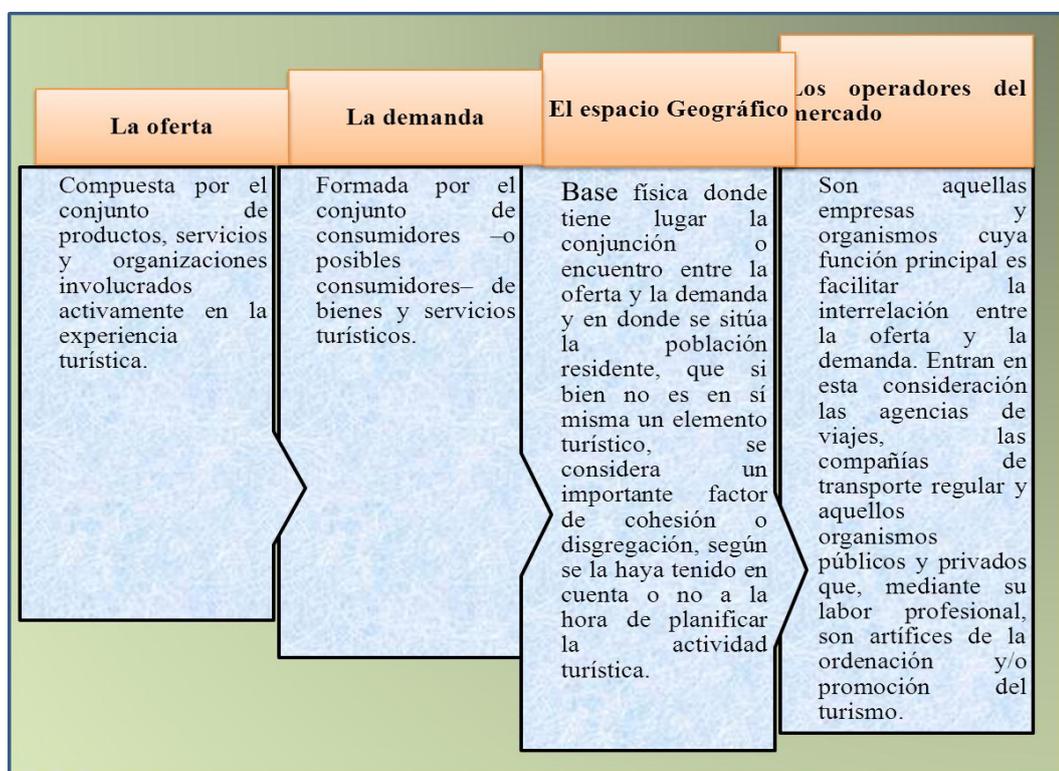
De ahí la necesidad de analizar cada uno de estos elementos a los que tanto la OMC como Niel Leiter hacen alusión, por lo que serán tomado en consideración a la hora de establecer el turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo en la comuna Loma Alta.

1.3.3. Elementos del sistema turístico

Emprender modelos de desarrollo turístico en la actualidad, de manera que el lugar se convierta en un destino competitivo, requiere no solo de la participación de sus habitantes como gestores del desarrollo local, sino también de los elementos que interviene en la actividad turística. Amparados en las definiciones dadas por diversos autores y organizaciones vinculadas a la actividad.

Los factores a los que hace referencia la OMT y cita Amparo Sancho, se detallan en el figura 2 y son: la demanda que se relaciona con los consumidores de los bienes y servicios; la oferta: que abarca los bienes y servicios que se ofertan; el espacio geográfico, que no es otra cosa que la comunidad residente y los operadores del mercado, es decir, la empresa y los organismos que facilitan la relación entre los otros factores.

FIGURA 2: Elementos del Sistema Turístico



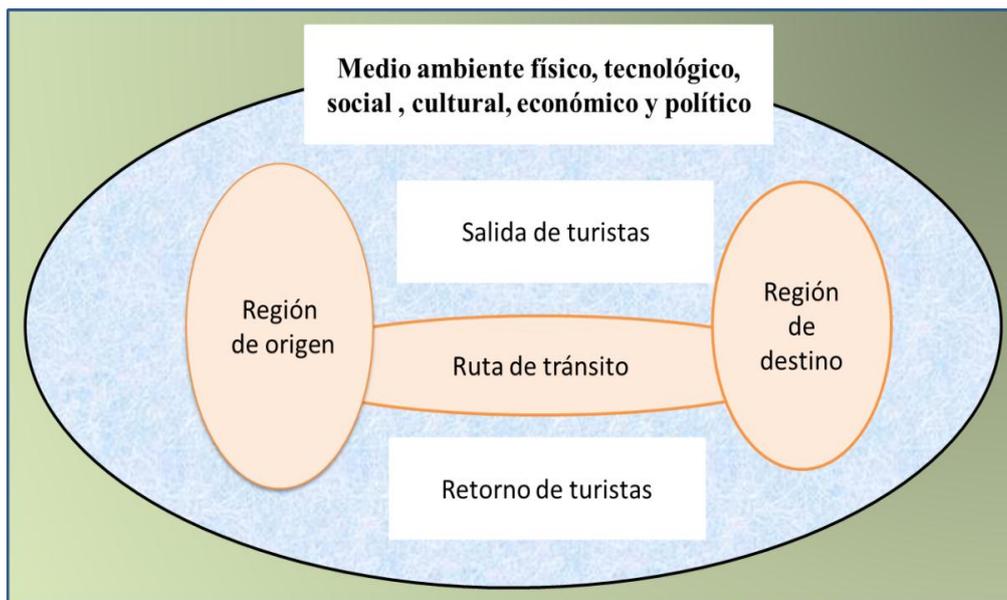
Elaboración y Fuente: OMT, citado por Sancho A (2007)

Renato Quesada hace énfasis en que Leiter estructura los elementos del sistema turístico de una forma muy sencilla, que funcionan influenciados por su entorno cuya estructura se expresa así.

La figura 3 plantea el modelo descriptivo del sistema turístico propuesto por Leiter, en el cual el entorno está representado por el medio ambiente físico, abarcando los factores que se encuentran inmersos en el medio, como elementos indispensables para ofertar servicios capaz de satisfacer las necesidades de los clientes.

La ruta de tránsito no es otra cosa que el itinerario a seguir por el turista a la hora de emprender su viaje, desde su país de origen hacía el país de destino. Cada uno de estos factores es de radical importancia a la hora diseñar las estrategias que permitirán desarrollar las actividades culturales en la comuna Loma Alta, por lo que es necesario que la comunidad como gestora local y principal beneficiaria tome conciencia de la importancia de su activa participación para brindar al turista servicio de calidad.

FIGURA 3: Modelo descriptivo del Sistema Turístico



Fuente: Modelo descriptivo del sistema turístico por Niel Leiter. Citado por Quesada Renato (2010)

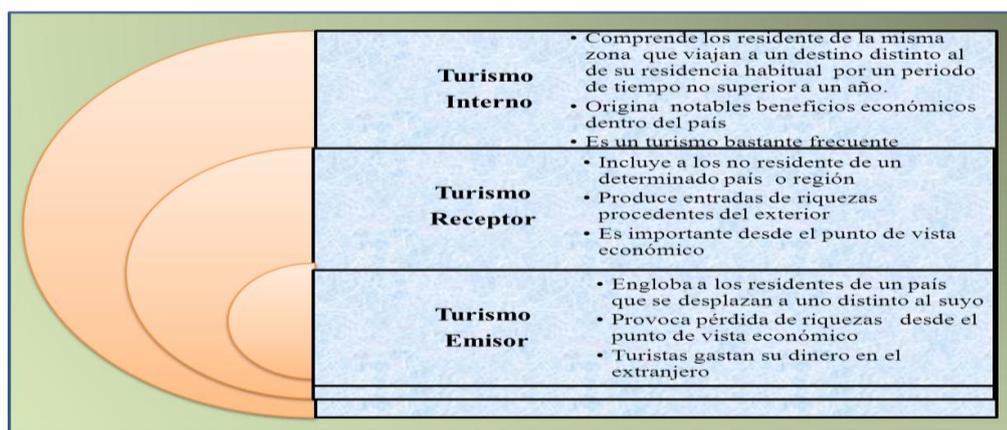
1.3.4. Clasificación del Turismo

El turismo, de la misma manera que ha sido conceptualizado por los diferentes autores; ha sido igualmente clasificado, para muchos depende de la tipología del turista; otros, lo clasifican en relación a un determinado país en: turismo interno, receptor y turismo emisor, no obstante otros lo clasifican en dos: según la forma del turismo y según el tipo de turismo de dónde se desprenden los demás.

Sancho, basa su clasificación en tres segmentos, se determinan los aspectos más relevantes. El turismo interno refleja la importancia que tiene para las entidades en vías de desarrollo por la frecuencia con que se realizan y los recursos que aportan a la comunidad. El turismo receptor; aun cuando la distancia a recorrer es más amplio. El turismo emisor, en cambio, es desfavorable desde el punto de vista monetario ya que estos benefician al país emisor, causando perjuicio a las comunidades locales; por lo que este tipo de turismo no representa mayor importancia a la hora de segmentar el mercado, lo que permitirá establecer actividades culturales en la comuna Loma Alta como estrategias de desarrollo participativo.

El gráfico siguiente se estructura los tipos de turismo de acuerdo a las motivaciones de cada grupo.

GRÁFICO 1: Clasificación del Turismo

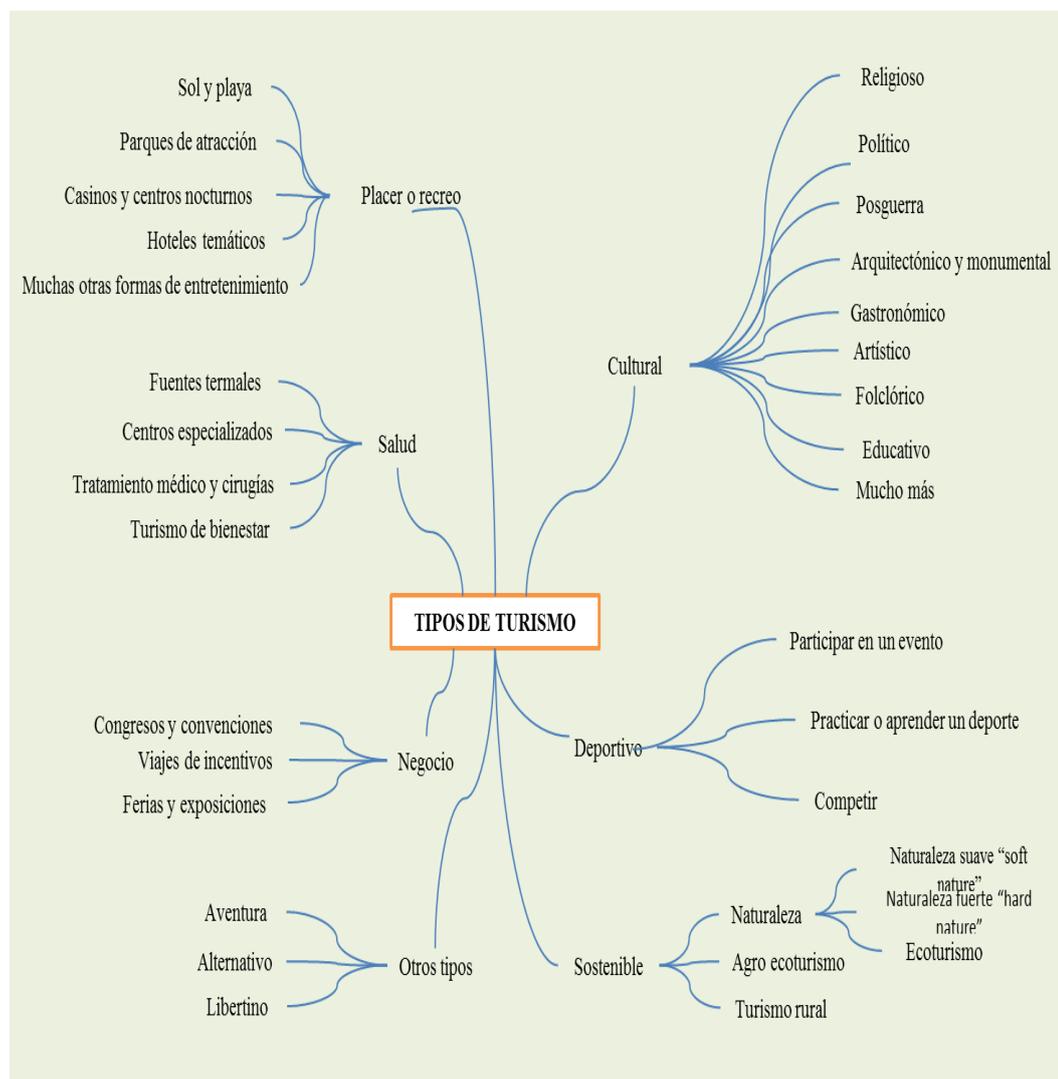


Fuente: OMC, citado por Sancho A (2007)

El mismo autor hace otra clasificación basada en la forma y el tipo de viaje que se detalla en el gráfico 6. Cualquiera que sea su clasificación, éste constituye el instrumento principal que contribuye a determinar las necesidades de cada uno de los grupo del Segmento de Mercado, permitiendo así atender cada una de sus necesidades de manera más eficiente.

Quesada muestra dos tipos de clasificación; la primera la segmenta en 7 grupos Diferentes, todas de gran importancia, ya que muestran los campos que abarcan.

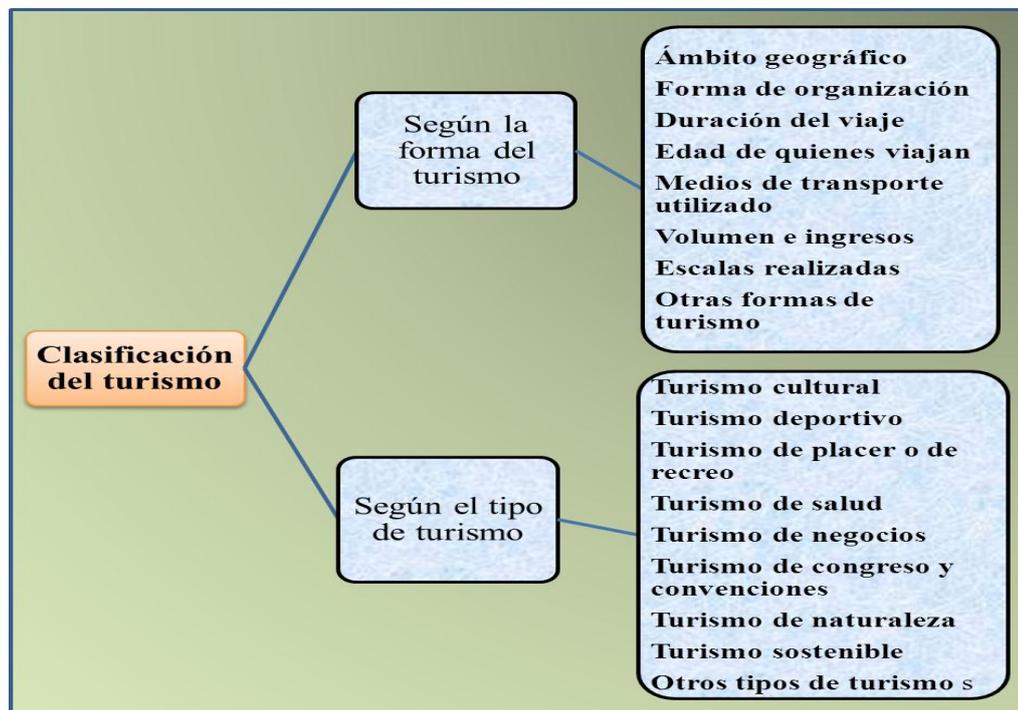
GRÁFICO 2: Tipos de Turismo de acuerdo a la motivación del Turista



Fuente: Modelo descriptivo del sistema turístico por Niel Leiter, Citado por Quesada Renato (2010)

En la segunda clasificación, Quesada la segmenta en dos: Por la forma del turismo, que abarca campos que van desde la organización de los viajes, la edad del turista, tiempo de duración del viaje, las escalas que realizan y es que a la hora de pensar en hacer turismo, es importante analizar los factores mencionados para lograr un viaje inolvidable y que este cumpla con las expectativas planteadas.

GRÁFICO 3: Clasificación del Turismo según la forma y el tipo



Fuente: (Quesada, 2010:96)

La segunda parte de la clasificación que hace el autor, permite analizar cada uno de los diferentes segmentos, aun cuando algunos de estos tipos se encuentran inmersos dentro de la categoría cultural, es necesario analizarlo por separado para tener una idea de cómo cada uno aportará elementos indispensables para plantear estrategias de desarrollo que permitan establecer el turismo cultural en la comuna Loma Alta.

Este análisis además, permitirá hacer comparaciones entre una región y otra o un país y otro, de acuerdo al gobierno Guatemalteco en su publicación Perfil de Segmentos Turísticos los diferentes segmentos se definen como:

- ♣ **Turismo cultural:** Significa sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, así como del entorno local y de los aspectos que determinan su identidad y carácter.
- ♣ **Turismo deportivo:** Puede definirse como las personas o el grupo de personas que participan activa o pasivamente (es decir, en calidad de espectadores) en un deporte competitivo o recreativo, viajando y residiendo temporalmente en lugares distintos de su entorno habitual.
- ♣ **Turismo naturaleza:** Se define como el turismo responsable que conserva los entornos naturales, velando asimismo por el bienestar de los habitantes locales” (Guatemala, 2012: 5-11).
- ♣ **Turismo placer o recreo:** “Es muy heterogénea, pues incluye multitud de intereses que generan los desplazamientos con el fin de recrearse” (Quezada Castro, 2010:100).
- ♣ **Turismo sostenible:** “Aquél que puede satisfacer las necesidades de los turistas así como de los destinos turísticos, protegiendo e incrementando las oportunidades de futuro”.

Las definiciones dadas en la presente clasificación provienen de una base común representada por los organismos internacionales, de allí que tienen una estrecha relación entre un país y otro. Es así que en su conjunto, representan la suma de conocimientos, aprendizajes y experiencias, en la que además se mezcla la participación y actividad física, destinadas a la satisfacción de las necesidades de los clientes, además de que representan una alternativa de desarrollo para las comunidades como Loma Alta, donde serán puesta en prácticas los distintos tipos de turismo, como el turismo cultural que constituye el pilar fundamental del presente trabajo investigativo, que además será detallado ampliamente más adelante y otras como actividades complementarias que contribuyan a posicionar el turismo Cultural como estrategia de desarrollo participativo en la mencionada comuna.

1.3.5. Impactos del Turismo

El desarrollo de la actividad turística entraña grandes impactos tanto positivos como negativos, razón por la cual algunos autores la conocen como “depredadora” y es que en la actualidad ninguna medida parece ser suficiente para mitigar los efectos negativos que está provocando como consecuencia de la interacción del hombre, la naturaleza y los cambios que en ella se genera, esa es la relación causal de los efectos que definen a los impactos como:

“La consecuencia directa o indirecta, de carácter beneficioso o adverso, que se produce para el hombre y los sistemas naturales y socioeconómicos de los cuales depende, su bienestar como resultado de un cambio ambiental provocado por una acción o conjunto de acciones de origen natural o humano” (González M. , 2010:29).

Sin duda alguna, González aporta una gran definición a los impactos del turismo, sean estos provechosos o no, igualmente son una consecuencia, producto de la intervención del ser humano y la naturaleza, como principales protagonistas de estos hechos, razón de más para que las comunidades de destinos tomen las medidas adecuadas de manera que el desarrollo de las actividades turísticas no ocasionen desequilibrio en la localidad, los impactos han sido clasificados como positivos y negativos dependiendo de la visión de cada autor. Analizados en el epígrafe a continuación.

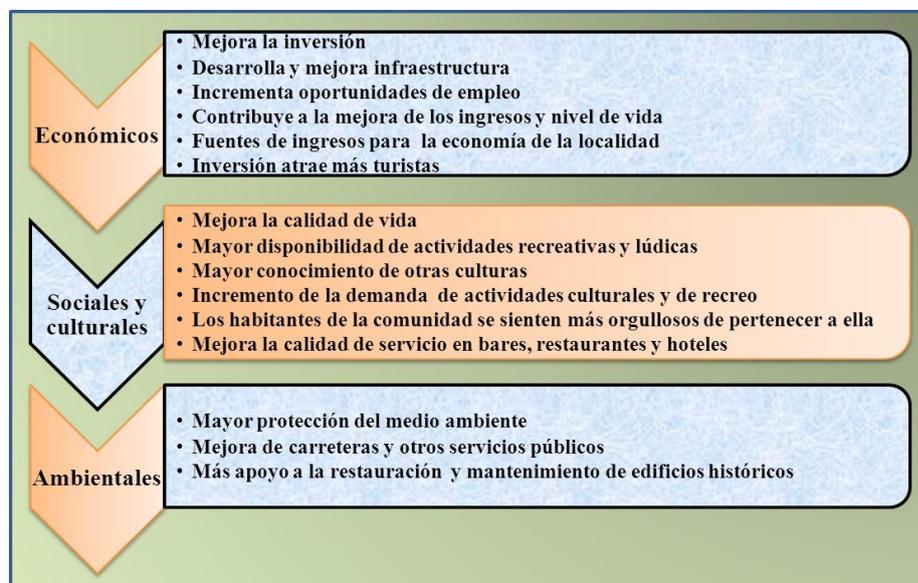
1.3.5.1. Impactos positivos: Socioculturales y Económicos

En cuanto a los impactos positivos del turismo vale anotar las especificaciones de Algunos autores que consideran que una actividad bien planificada puede aportar al desarrollo de la comunidad sin ocasionar mayores daños. Lo dicho se sustenta en las apreciaciones de Boissevain y Vargas. El primero afirma que: “El turismo genera actividad económica y nuevas oportunidades de empleo. El interés turístico mejora la confianza local en sí misma y el sentido del valor, reforzando la identidad local” (Boissevain, 2005).

La visión que tiene Boissevain a cerca de los beneficios que aporta el turismo a la comunidad receptora es sin lugar a duda de gran importancia, por la dinámica que esta genera con la creación de múltiples actividades de carácter económico, sociales, culturales y ambientales.

Esta clasificación de impactos positivos es analizada también por Vargas Sánchez como se detalla a continuación.

GRÁFICO 4: Impactos positivos del Turismo



Fuente: (Vargas, 2007)

Los aspectos mencionados son: efectos positivos del turismo en económicos, sociales y culturales e impactos ambientales. Los aspectos mencionados están enfocados al desarrollo de la comunidad receptora, en cada uno de los ámbitos, cada uno con sus peculiaridades. Los impactos positivos analizados por cada uno de los autores son parte importante y fundamental de tomar en consideración a la hora de delinear las estrategias de desarrollo participativo en la comuna Loma Alta, como parte de los lineamientos a seguir de manera que permitan hacer conciencia en la comunidad de que en el deseo de desarrollo no puede primar los beneficios económicos; sino que se debe buscar el equilibrio entre una acción y otra en favor de todos.

1.3.5.2. Impactos Negativos: Socioculturales y Ambientales

Los impactos negativos lo determinan Toselli y Vargas Sánchez. Toselli los llama “efectos no deseados” y a su criterio son:

- ❖ Deterioro de la cultura del destino a través de la producción y venta de artesanías no auténticas o el desarrollo de fiestas que constituyen una puesta en escena alejada de la realidad.
- ❖ Genera sentimiento de rechazo por parte de las comunidades visitadas cuando no se respetan los sitios o las costumbres del lugar, o bien, genera inhibición cuando sienten invadido su espacio vital
- ❖ Impulsan la mercantilización extremas de las tradiciones locales, despojándose de su verdadero significado, convirtiendo la cultura local en un mero objeto de consumo
- ❖ Propicia en ciertos destinos un mercado negro de antigüedades o bienes del patrimonio artístico
- ❖ Provoca aculturación en la población receptora, al adoptar ésta nuevas normas y patrones culturales a través del contacto con los turistas.

Vargas Sánchez cuando alude el tema expresa que económicamente el turismo es negativo, en virtud que se benefician unos pocos y casi siempre los beneficiados son personas o instituciones que vienen de afuera; social y culturalmente ocasiona, a manera de ver del autor, vandalismos, incremento de accidentes de tránsito, la proliferación de juegos ilegales, cambio o pérdida de la cultura tradicional.

Acotando la opinión del autor en lo que respecta a los impactos negativos del turismo, de forma generalizada, se especifica que casi siempre el auge de personas provoca inestabilidad en la comunidad receptora por el irrespeto de algunos turistas, sobre todo se pierde la tranquilidad en la zona, se incrementan los residuos sólidos, por lo que no se pueden negar los efectos negativos ya que estos saltan a la vista, luego de una visita y es que la mayoría de los turistas no han sido educados respecto a cómo comportarse en un determinado sitio.

Los graves impactos negativos, sobre todo ambientales; provocados por el desarrollo de las actividades turísticas, es lo que obligó a las organizaciones a nivel mundial a plantear la idea de una sostenibilidad ambiental. De allí la importancia de analizar el turismo sostenible como una nueva modalidad de hacer turismo respetando el entorno.

1.3.6. El Turismo Sostenible

El turismo sostenible nace como una necesidad urgente de todos los organismos a nivel mundial, de mitigar los efectos negativos generados por las actividades turísticas, razón por la cual la ONU crea la “Comisión Mundial sobre el medio ambiente y desarrollo”, la misma que tuvo el encargo de elaborar un informe sobre la situación del medio ambiente de donde surge el término sostenible por primera vez. Posterior a ello se lleva a cabo en 1992, la denominada Agenda 21, en Río de Janeiro con la finalidad de poner en marcha el desarrollo sostenible en el siglo XXI. No obstante el concepto de sostenibilidad se hizo realidad en el año 2002 en la cumbre de Johannesburgo, según la Editorial Mundi – Prensa a la que hace referencia Mónica Pérez de las Heras en su Libro Manual de turismo sostenible. La autora acoge la definición de turismo sostenible que emite la Organización Mundial del turismo y expone que: turismo sostenible es “Aquél que puede satisfacer las necesidades de los turistas así como de los destinos turísticos, protegiendo e incrementando las oportunidades de futuro” (OMT)

El Convenio sobre la Diversidad Biológica, firmado en la Conferencia de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y el Desarrollo celebrada en Río de Janeiro en 1992, planteó:

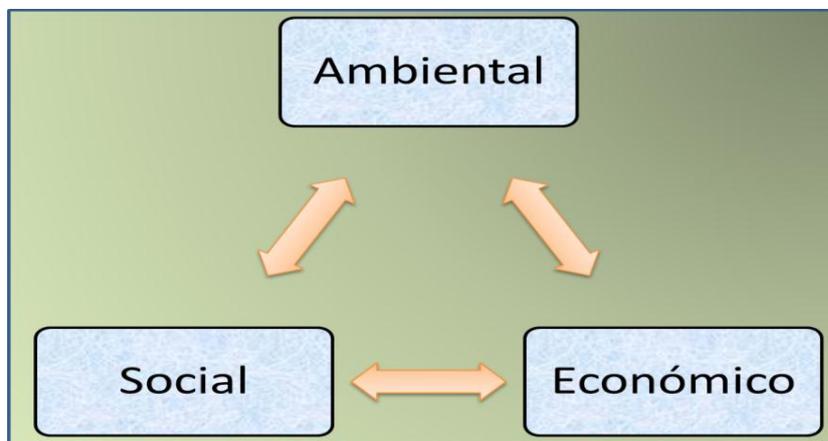
“Un desarrollo basado en la explotación de los recursos no más allá de los niveles que permitan su regeneración y la absorción de los impactos por parte de los ecosistemas. Posteriormente se acuñaría el término biodiversidad, con lo que la naturaleza dejaría de verse como un conjunto de componentes aislados” (González M. J., 2004).

Otra apreciación sobre turismo sostenible la da Hunter (1995), citado por Matías González en su libro Turismo sostenible y bienestar social. ¿Cómo innovar esta industria global? quien manifiesta que:

“El propósito principal del turismo sostenible debe ser el de proporcionar calidad de vida duradera a la sociedad local. Para ello es necesario que el visitante obtenga experiencias valiosas por las que estén dispuestos a pagar, haciendo rentables a las empresas proveedoras de servicios y generando ingresos a las administraciones que deben garantizar la conservación de los atractivos” (González M. , 2010:40).

Por consiguiente, las apreciaciones de los autores, permiten hacer conciencia de las consecuencias que afronta el medio ambiente, por lo que hablar de turismo sostenible es emprender una ardua labor de planificación en la que intervenga la activa participación de todos y cada uno de los gestores de desarrollo, tales como: los organismos locales, los organismos públicos y privados, las entidades regionales, entre otras, dicha planificación está basada en la aplicación de estrategias que permitan a la comunidad hacer uso racional de sus recursos de manera que estos trasciendan el tiempo dándole la oportunidad a las futuras generaciones de gozar sus beneficios de manera que se cumplan los principios de la sostenibilidad, es decir: “económicamente viable, socialmente solidario y ambientalmente responsable”.

GRÁFICO 5: Los Pilares de la Sostenibilidad Ambiental



Fuente: (García, 2011:26)

El desarrollo para que sea sostenible debe contar con una dimensión económica, social y ambiental, manteniendo el equilibrio entre todos los factores que influyen en la calidad de vida de las comunidades. Este equilibrio no se logrará solo sino mediante el compromiso que debe asumir la sociedad actual frente a las generaciones futuras. Si bien es cierto que el desarrollo económico genera empleo y el referido recurso económico, las sociedades, no deben olvidar el respeto y el uso racional de los recursos si quieren lograr la sostenibilidad de los mismos. Es por ello que al hacer referencia a las sociedades actuales, es necesario voltear la mirada hacia “la flor del constructor del futuro” (Figura 4). Publicación hecha por la revista de arquitectura, patrimonio cultural y cultura. Desde lo local a lo internacional, que además incluye el elemento cultural como parte de los pilares del desarrollo sostenible.

FIGURA 4: La flor del constructor del futuro



Fuente: (Revista de Arquitectura, 2013)
Elaborado por: Revista de Arquitectura, Patrimonio Cultural

Los pilares del desarrollo sostenible, enfocados dentro de la “flor del constructor del futuro”, abarcan los cuatro elementos fundamentales que toda comunidad que se precie de pretender ser sinónimo de sostenibilidad debe tomar en consideración y es que el gráfico está pensado en futuro, ya que si bien es cierto que el término

sostenible, históricamente nació hace mucho, en la práctica es relativamente nuevo y cuyos elementos han sido afectados por el mal uso que se le ha dado al llamado desarrollo, toda vez que muchas comunidades han antepuesto el factor económico a la preservación de sus recursos.

El modelo propuesto por la Revista española de Arquitectura y Patrimonio Cultural, sirvió de modelo para estructurar las estrategias de desarrollo participativo en la comuna Loma Alta de manera que permitan ejecutar con éxito el presente trabajo investigativo y cumplir los objetivos planteados.

1.3.7. Turismo Cultural

Si definir el turismo resulta muy complejo, más aún resulta definir el turismo cultural ya que abarca dos términos diferentes, por lo tanto es necesario definir el concepto de cultura una vez que el término turismo ha sido definido y analizado, para lo cual se registran algunas definiciones en las que se afirma que Cultura es:

“El conjunto de prácticas invertebradas de uno o varios modos de apropiación, avituallamiento, producción, reproducción y forma específica de estar en el mundo que también dependen de la conciencia y las prácticas políticas entre los grupos humanos con la que los sujetos de tal o cual cultura mantienen intercambios diverso” (Salvatierra, 2008:45)

La UNESCO hace hincapié en los grupos sociales, sus derechos fundamentales y sus valores de allí que se la toma como base importante para definir de una manera más acertada el término en mención.

“La cultura...puede considerarse como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social, ella engloba además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”. (UNESCO, 2006)

Las diversas acepciones de cultura han ido cambiando con el paso del tiempo.

Para unos, el término cultura representa “educación”, mientras que para otros, significa “razas” y hay otros que acogen el término como las sumas de las costumbres y tradiciones de los pueblos”, es decir que la cultura representa su patrimonio tanto tangible como intangible.

Enfocándolo desde ese punto de vista, para desarrollar el turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo en la comuna Loma Alta, se acoge a la definición de cultura expresada en la Constitución Política del Ecuador. Cuya ley en sus Art 62 – 65, expresa que la cultura es:

“Patrimonio del pueblo y constituye un elemento esencial de su identidad, el estado la promoverá y estimulará, estableciendo políticas permanentes para la conservación, restauración, protección y respeto del patrimonio cultural tangible e intangible en el que incluye conjunto de valores y manifestaciones diversas que configuran la identidad nacional, pluricultural y multiétnica”.

La constitución de la Republica es amplia y clara, así como el compromiso del estado de velar por la cultura, como elemento importante de identidad local. Parte fundamental de esa identidad es el patrimonio tangible e intangible al que hace alusión la misma constitución, por lo que será tema de análisis en el epígrafe 1.2.2

La VI Conferencia Iberoamericana de Ministros de Cultura, celebrada en Santo Domingo en el año 2002, define el turismo cultural como:

“Una forma de turismo donde la cultura, en su materialidad o en su inmaterialidad (costumbres, tradiciones...), es el factor principal de atracción y el objetivo primero de un viaje. El turismo de patrimonio cultural lo entendemos incluido en esta categoría, ya que aunque haga hincapié en todo aquello que es reconocido como patrimonio cultural de la zona en cuestión, no deja de pertenecer como destino a la primera categoría, en el sentido en el que el patrimonio traduce los procesos de cambio, producción y evolución cultural de los que lo heredan: el patrimonio puede ser considerado como una afirmación cultural. Es un recurso útil como proyecto de sociedad, más bien considerado como compromiso que como herencia” (Roldan, 2003)

La revista “PASOS”, también hace una acotación al turismo cultural expresando que: “El turismo cultural puede jugar un papel estimulador para revalorizar, afirmar y recuperar los elementos culturales que caracterizan e identifican a cada comunidad ante un mundo globalizado” (Toselli, 2006).

Otra versión de Turismo Cultural la da el Plan Estratégico para el desarrollo del Turismo Sostenible de Ecuador, en su informe final y se manifiesta, así:

“El turismo cultural abarca las actividades y experiencias culturales que atraen y fomentan el turismo. El turismo cultural significa sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, así como del entorno local y de los aspectos que determinan su identidad y carácter. Se basa también en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona. 37 Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Patrimonios Naturales y Culturales, Mercados y Artesanías, Gastronomía, Medicina Ancestral y Shamanismo, Fiestas Populares, Turismo Religioso, Turismo Urbano, Turismo Arqueológico, CAVE – Científico, Académico, Voluntario y Educativo y Haciendas Históricas” (Plandetur2020, 2007:74).

Con base en las definiciones anotadas se plantea la idea de que el turismo Cultural es el conector de las actividades, la experiencia y el conocimiento que el turista adquiere mediante la convivencia con la comunidad receptora, sumergiéndose en un pasado de recuerdos, en el que a través de la historia se recrean los acontecimientos acaecidos en la comunidad que le permite transportarse al presente en que la necesidad crea expectativas de nuevos hábitos.

Dentro de este marco el turismo cultural surge, entonces, como esa alternativa diferente al tradicional sol y playa y a diferencia de éste, exige más y mejores atenciones en los servicios que las comunidades ofertan y es que el turista cultural está deseoso de ser partícipe de las innovaciones locales, que tienden a mostrar la creatividad de los habitantes ya que esta es fundamental para desarrollar con éxitos las actividades culturales que tiendan a posicionar a la comunidad como destino competitivo.

Siendo el turismo cultural un tipo de turismo netamente social, integra diversos factores, como: los estilos de vida, la historia de la comunidad, las costumbres y tradiciones, cuya fusión contribuirá a la participación no solo de los actores sociales, sino también de los visitantes y sobre todo de las familias ya que les permitirá a afianzar los lazos familiares tan deteriorados en la actualidad, tanto por los pesados horarios de trabajo, como por los avances tecnológicos.

1.3.8. Sinergia entre Turismo y Cultura

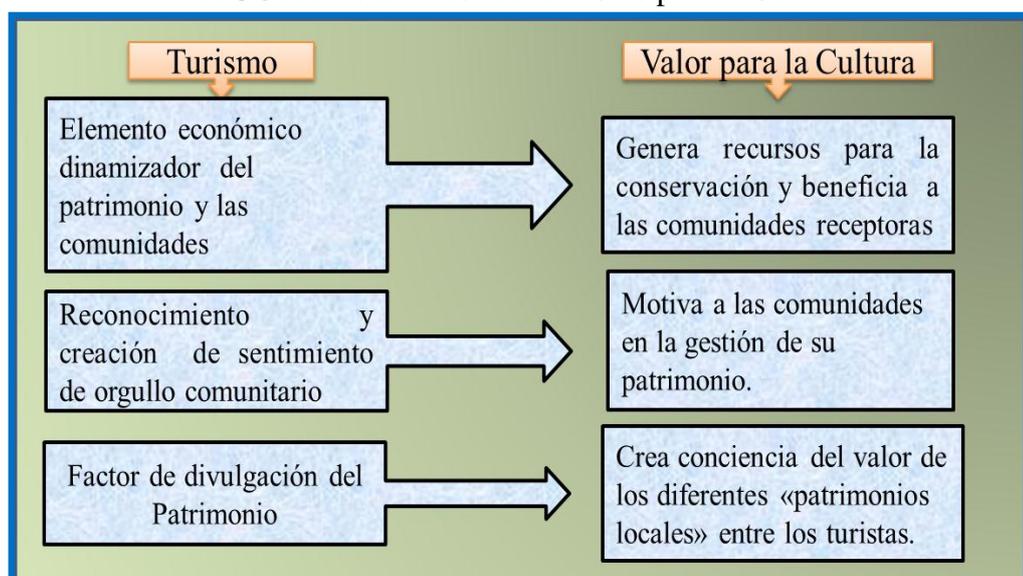
El turismo y la cultura siempre han mantenido una estrecha relación debido a la cantidad de componentes que abarcan ya que el uno es consecuencia del otro, razón por la que algunos autores, entre ellos Margarita Barreto de la revista Pasos (Barreto, 2007:) quien afirma que: “El turismo es un fenómeno cultural históricamente determinado y fue parte, hasta el siglo XIX, hizo parte de la cultura de las élites, durante el siglo XX, pasó a ser parte de la cultura de la clase media americana y europea occidental”. Y como fenómeno social, abarca todos los estratos y grupos sociales, de allí que se encuentra relacionado tanto con los prestadores de servicios, los miembros de la comunidad, los turistas y los recursos que posee la comunidad como el factor que llama la atención al turista. La sinergia representa la suma de esfuerzos para el logro de un objetivo común, por lo que la suma de los mencionados componentes debería servir para que el turismo, la cultura y la comunidad converjan para la gestión, difusión y desarrollo de los recursos tangibles e intangibles que posee la comunidad. Resumiéndola como “mayor eficacia, mayor eficiencia y mayor efectividad en su entorno social, la elevación del nivel de vida de la comunidad y facilidad para el intercambio cultural ya que el turismo y la cultura se funden en un mismo objetivo”.

Otra relación que merece ser destacada son “los elementos que ambos precisan, es decir que el turismo necesita de técnicos culturales en sus procesos de planificación y la cultura, de técnicos en turismo para la generación de productos turísticos culturales”.

Sin embargo la sinergia que se da entre la cultura y el turismo, no siempre es positiva, de hecho “una de las grandes críticas que el sector de la cultura ha hecho al turismo, estigmatizándolo, es que provoca aculturación” ya que el turismo es visto como fenómeno de cambio cultural, no obstante la aculturación debería ser vista como un efecto más bien positivo debido a que el turismo reúne todos los estratos sociales, por lo tanto siempre va a existir la aculturación en las comunidades donde se realicen prácticas turísticas, como las apreciaciones de Barreto.

Por otro lado la SECTUR de México, hace una relación entre el turismo y la importancia que éste tiene la Cultura, detallados en la figura 5, en la cual el turismo como elemento dinamizador de la economía provee los medios económicos que la comunidad necesita para la conservación de su patrimonio. De igual forma el turismo contribuye a la creación del sentido de pertenencia de la comunidad, lo que los lleva a gestionar las mejoras que su patrimonio necesita. El turismo, además, es el mejor medio para promocionar el patrimonio de una comunidad, toda vez que el turista cuando visita y conoce la comunidad receptora se convierte en el potencial promotor de la cultura local.

FIGURA 5: El Valor del Turismo para la Cultura



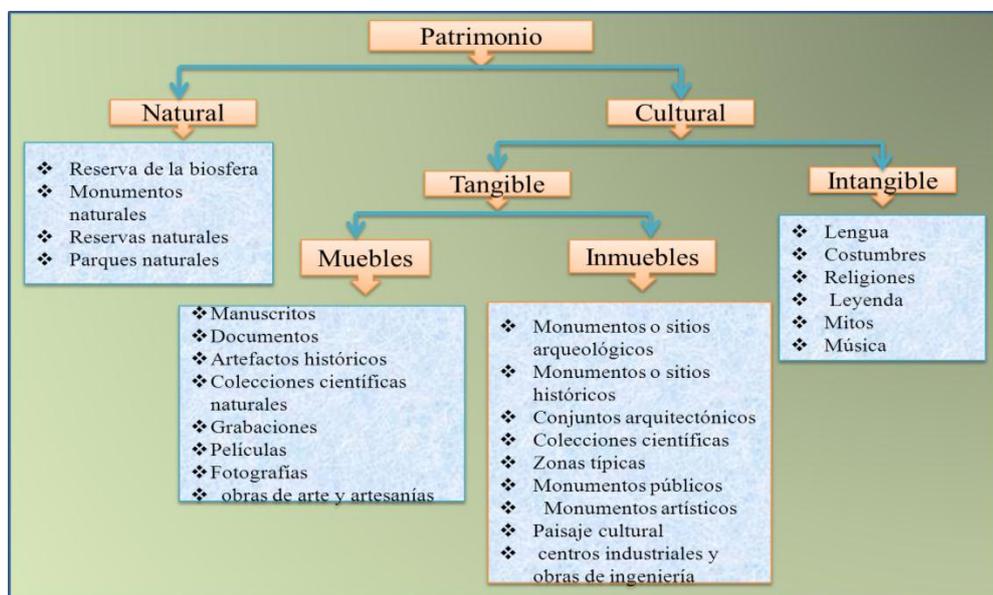
Fuente: (Sectur, 2008:4)

1.3.9. Patrimonio Cultural: Tangible e Intangible

Para la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) Patrimonio es: “El legado que recibimos del pasado, lo que vivimos en el presente y lo que transmitimos a las futuras generaciones” (UNESCO, Carpeta sobre información sobre patrimonio mundial, 2008:5).

Dicho de otra forma, patrimonio es el conjunto de bienes adquiridos como legado de los antepasados y que se transmiten de generación en generación. Para el caso que atañe al objeto de estudio, el patrimonio se clasifica de acuerdo a lo estipulado por la mencionada organización, es decir en patrimonio natural y cultural y para plantear las estrategias de desarrollo participativo en la comuna Loma Alta que contribuyan al logro de los objetivos planteados en el presente trabajo investigativo se acoge a la clasificación de Patrimonio Cultural

FIGURA 6: Clasificación de Patrimonio



Fuente (UNESCO 2008)

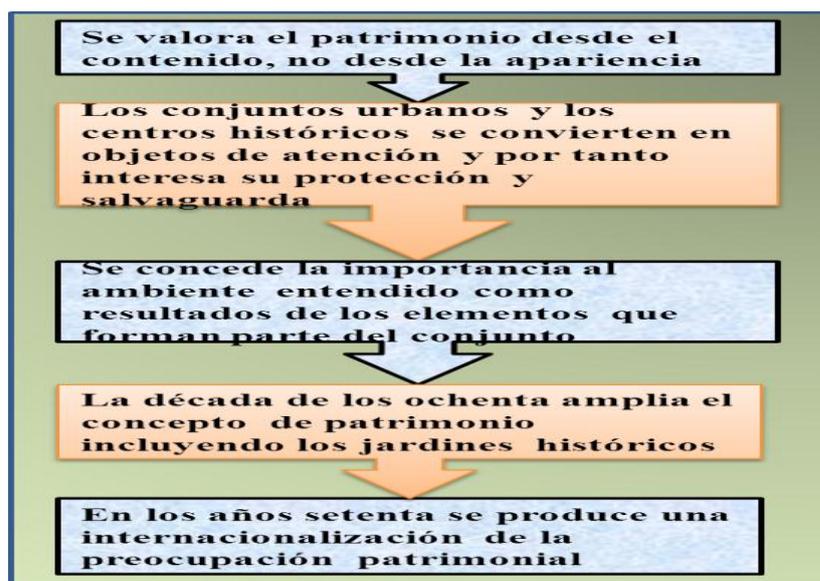
El término Patrimonio cultural ha cambiado mucho en la última década, actualmente, va más allá de los monumentos y colecciones de objetos, pues abarca las tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitida

a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculadas a la artesanía tradicional. Así lo formula Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Para quien además el patrimonio cultural de un pueblo comprende:

“Las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad del pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y los monumentos históricos, la literatura, las obras de arte, los archivos y bibliotecas”

La evolución que ha tenido el Patrimonio Cultural ha sido notorio en el siglo XX cuyas conceptualizaciones fueron promovidas por la UNESCO, en la convención de Belgrado de 1980; que trató sobre “La salvaguarda y conservación de las imágenes en movimiento” y la posterior convención celebrada en París en 1989 que aprobó la “Recomendación para la salvaguardia de la Cultura tradicional y popular” (García, 2011:23).

FIGURA 7: Evolución del concepto de Patrimonio



Fuente: Patrimonio Cultural: Conceptos Básicos
(García 2011: 31).

La autora, en su libro Patrimonio Cultural: Conceptos Básicos, hace referencia a cinco puntos importantes en los que, considera se basa la evolución del concepto de Patrimonio, detallados en la figura 7. En él muestra la evolución que ha tenido a través de la historia el término Patrimonio Cultural, que sucede en el momento mismo en que la sociedad empieza a valorarlo por su contenido histórico, sin importar la apariencia que éste presente, lo que da la pauta para ampliar su contenido y abarcar nuevas dimensiones. Permitiendo a las sociedades extender sus conocimientos ya que “todo lo que nos rodea puede ser objeto de patrimonio, desde lo individual hasta lo colectivo y desde lo abstracto a lo concreto”.

1.3.9.1. Patrimonio Cultural Tangible

El Patrimonio Cultural Tangible como parte del Patrimonio cultural, tiene también su clasificación y está basada en lo muebles e inmuebles, cuya definición de los primeros, la da la UNESCO y sostiene que Patrimonio Cultural muebles son: “Todos los bienes muebles que son la expresión o el testimonio de la creación humana o de la evolución de la naturaleza y que tienen un valor arqueológico, histórico, artístico, científico o técnico” (UNESCO, Informe Mundial Sobre la Cultura, 2001)

Los bienes inmuebles están representados por los bienes no muebles, en su mayoría productos de la creación y evolución del hombre y según las afirmaciones de la UNESCO están representados por monumentos o sitios arqueológicos, históricos, paisajes culturales, entre otros.

De acuerdo con las afirmaciones de los Comuneros, Loma Alta representa asentamientos de las culturas Valdivia y Guangala, determinados por el carbono 14 luego de los estudios realizados en la zona en 1975 por el Arqueólogo guayaquileño Presley Norton, lamentablemente la comuna no cuenta con registros

que confirmen esta teoría, sin embargo han servido de referente para estudios arqueológicos realizados en Argentina.

1.3.9.2. Patrimonio Cultural Intangible

La puesta en valor del Patrimonio Cultural Intangible en la última década ha generado reconocimiento internacional por lo que está ganando terreno en busca de un gran posicionamiento que con las políticas adecuadas y la participación de todos seguramente lo logrará antes de lo previsto. De allí que entidades nacionales e internacionales han realizado un sin número de estudios basados en el Patrimonio Cultural intangible de las comunidades, apoyándose en definiciones emitidas por Organizaciones como la UNESCO, en la conferencia General celebrada en Turín declara que Patrimonio cultural inmaterial son:

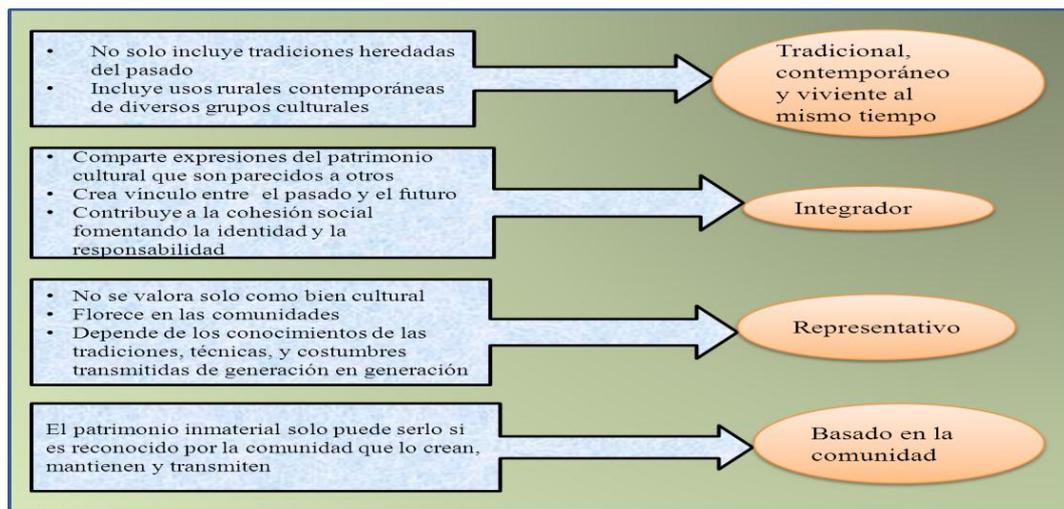
“Las creaciones de una comunidad cultural fundadas en las tradiciones expresadas por individuos que responden a las expectativas de su grupo, como expresión de identidad cultural y social, además de los valores transmitidos oralmente. Son testimonios de ello la lengua, la literatura, la música, la danza, los juegos, la mitología, los ritos, las costumbres, los conocimientos ancestrales, la arquitectura y la manufactura de artesanías”.

Otra definición de Patrimonio Cultural Intangible, recoge Olga Lucía Molano en su estudio *La Identidad Cultural*, uno de los Detonantes del Desarrollo Territorial (Molano, 2006), es la definición expuesta en El Convenio Internacional para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, adoptado en octubre del 2003. En su artículo 2, en la que se manifiesta que Patrimonio Cultural intangible es:

“Los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas –junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana”.

Patrimonio Cultural Intangible es la suma de todo aquello cuanto rodea la vida cotidiana del ser humano que le ha otorgado una identidad como parte de su legado cultural, a través del cual las sociedades son reconocidas ya que el patrimonio intangible tiene el carácter de ser integrador y representativo..

FIGURA 8: Características del Patrimonio Intangible



Fuente: (UNESCO, Qué es el Patrimonio Cultural Inmaterial , 2010)

El Patrimonio Intangible nació y se desarrolló en las comunidades, por lo que representa un nexo entre el pasado y el presente ya que las poblaciones han tratado en la medida de las posibilidades de mantenerlo vivo, razón por la cual en los actuales momentos representa un importante recurso que de la mano del turismo contribuye al desarrollo de las comunidades. Haciendo uso de este recurso es que se plantea la necesidad de establecer el turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo en la comuna Loma Alta.

1.3.10. La Oferta Turística Cultural

Se entiende que oferta es un conjunto de bienes o mercancía que se presentan en el mercado con un precio concreto y un momento determinado. (Laura Fisher, 2004:243) , en su libro Mercadotecnia manifiesta que oferta son: “Las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado”.

La oferta como parte del mercado turístico está compuesta por los recursos, el conjunto de infraestructura, los servicios básicos de los cuales dispone la comunidad. Así mismo expresa la autora (Olmos, 2011:23) que la oferta turística es el “total de servicios y productos turísticos disponibles para ser facilitados por empresas o profesionales del sector”. En su libro Hostelería y Turismo, Estructura del Mercado Turístico, para la autora, la oferta está compuesta por los recursos turísticos, la infraestructura y las empresas turísticas; esta última compuesta por la oferta de empresas básicas y complementarias, el cuadro 3 anota las dimensiones que abarca cada uno de los componentes de la oferta turística.

CUADRO 3: Oferta Turística

Recursos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos naturales • Recursos históricos, artísticos , patrimoniales • Folclore • Empresas, centros industriales, centros científicos y técnicos • Eventos • Recursos complementarios 	
Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura de transporte • Infraestructura de sanidad • Infraestructura deportivas, culturales y de ocio • Infraestructura de señalización, paneles, placas informativas • Infraestructura de relacionadas con la seguridad y protección del turista • Infraestructura de comunicación • Suministro • Otras infraestructuras (paseos marítimos, miradores, aseos públicos, etc.) 	
Empresas turísticas	Oferta de empresas básicas	
	Alojamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimientos hoteleros • Apartamentos turísticos • Alojamientos rurales • Camping • Otros alojamientos turísticos, multipropiedad, ciudades de vacaciones, etc.
	Intermediación	<ul style="list-style-type: none"> • Agencias de viajes • Centrales de reservas
	Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Aéreo • Acuático • Ferrocarril • Carretera
	Oferta de empresas complementarias	
	Restauración	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes • Cafeterías • Bares y ortos
	Entidades de información turística	<ul style="list-style-type: none"> • Oficinas de turismo • Centros de interpretación • Guía de turismo(locales, correo, receptivo, transferistas, otros) • Otras empresas(visita en medio de transportes)

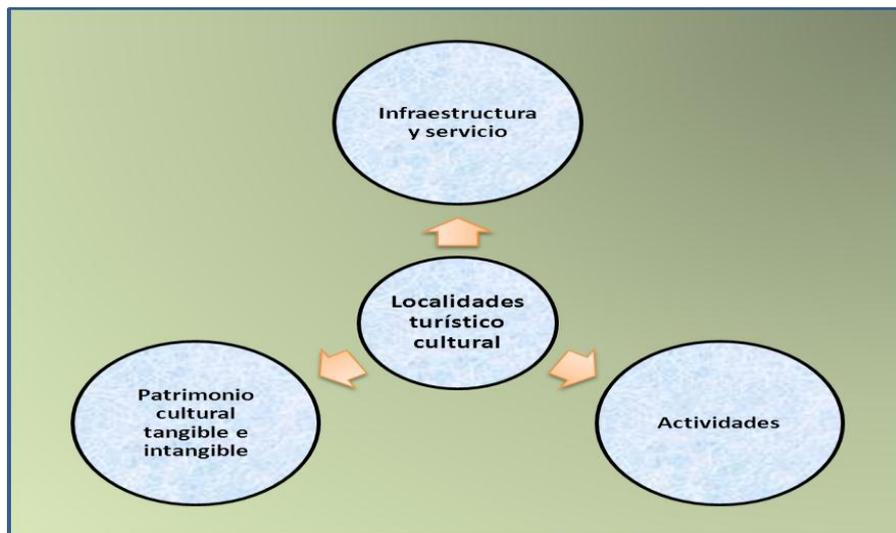
Fuente: (Olmos 2011:24).Hostelería y Turismo, Estructura del Mercado Turístico

Otra definición del tema es analizada por el FIT de Perú (FIT, 2008:15) Proyectos Fortalecimiento integral del turismo de Perú que señala que la oferta turística, es:

“El conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores y el establecimiento de un precio adecuado al mercado”

La Secretaria de turismo de México estructura la oferta turística-cultural de los destinos en tres elementos fundamentales que son: la infraestructura de servicios, el patrimonio cultural tangible e intangible y las actividades.

FIGURA 9: Elementos que integran la Oferta Turística Cultural



Fuente: (SECTUR, 2008:10)

Los elementos que integran la oferta turística cultural constituida por la infraestructura los recursos culturales tangibles e intangibles y las actividades que a través de estos recursos se desarrollan, son aporte importante de las comunidades como Loma Alta ya que constituyen los productos y servicios que se colocan en el mercado y contribuyen con el desarrollo de la propuesta que se plantea en el capítulo 4 con la finalidad de establecer el Turismo Cultural como estrategia de desarrollo participativo.

1.3.11. El Producto Turístico

Si bien es cierto que el estudio realizado pretende, no es crear un producto, si se hace necesario determinar qué significa, en vista de que la comunidad cuenta con una cartera de productos que se pueden poner al mercado de manera que contribuyan a posicionar a Loma Alta como un nuevo destino turístico. Por lo que el término se sustenta en la definición dada por los entendidos en la materia. Para ello se analiza en primera instancia el término producto de manera independiente tomando como referencia a (Lerma, 2010:3) quien manifiesta que producto es:

“Cualquier bien o servicio elaborado por el trabajo humano y que se ofrece al mercado con el propósito de satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores o usuarios, generando mediante el intercambio un ingreso económico los oferentes en una probable ganancia”.

Según las acotaciones de Lerma el producto es la suma del esfuerzo y el ingenio del ser humano, por el cual, éste obtendrá un beneficio económico. Otra definición al respecto la da Roberto Dvoskin para quien el producto es:

“Concebido por el marketing desde dos ópticas, una más restringida, y otra más abarcadora. La primera considera los atributos que lo constituyen, como las características tecnológicas, la marca, la variedad y los tamaños. La segunda perspectiva se concibe el producto como un concepto abarcativo que tiene ciertos atributos internos, intrínseco al producto: la variedad, el diseño, la marca, el tamaño o el empaque y otros externos pero que deben ser incluido como parte del producto total: la distribución, el precio, la comunicación o la promoción” (Dvoskin, 2004:26 -27)

Analizado el término producto se examina lo que refieren los entendidos acerca de lo que es producto turístico y en la opinión de (Cebrián, 2008: 21), producto turístico, es:

“Todo aquello que se comercializa que tiende a facilitar o mejorar, desde el punto de vista de su propia percepción, la calidad del tiempo libre de los turistas. Un producto turístico sirve, por tanto, para generar beneficios satisfaciendo algunas de las necesidades básicas de un segmento de consumidores”

Refiriendo lo estipulado por Cebrián, se deduce que el producto turístico no es otra cosa que aquello que cubre una necesidad del turista que ocupa su tiempo libre y satisface sus necesidades.

Otra definición que se acoge es la de (Alcázar, 2002:44), a criterio del autor el producto turístico tiene más bien carácter intangible que lo hace difícil de medir ya que lo que se valora son los servicios. Opina además que los productos turísticos son:

“Intangibles ya que cuando se consume un determinado producto estamos consumiendo un conjunto de servicios, tales como trato amable, un ambiente agradable que no se puede materializar. Sin embargo esa inmaterialidad no es del todo cierta ya que al consumo de un producto intangible va asociado uno tangible como la disponibilidad de una cama, comida, habitación. Consumo de jabón para ducharse”

El autor al emitir su opinión al respecto de producto turístico parece haber pensado en el Patrimonio Cultural intangible de los pueblos, por lo que se acoge dicha definición como un elemento concluyente que determina la propuesta a desarrollar en el capítulo 4

1.3.12. La Demanda Turística Cultural

Los diversos servicios que posee una localidad conforman el desarrollo de la actividad turística y quienes acceden a comprar estos servicios se toman como demandante de los mismos. Ocasionando un desarrollo en todos sus aspectos sean estos turísticos y culturales en una localidad; como en todo mercado la demanda, se divide en:

- ❖ **Demanda turística potencial:** Es aquel grupo de personas que tienen todas las características necesarias para consumir o comprar un servicio o producto turístico, pero aún no lo han consumido o comprado.
- ❖ **Demanda turística actual o real:** Es aquel grupo de personas que consumen o compran un servicio o producto turístico.

Cabe anotar, que la mayor demanda turística que tiene Loma Alta en la actualidad está dedicada al avistamiento de aves y los estudios científicos que se realizan en la Reserva Ecológica, no obstante la demanda exige diversidad de producto, debido a que la distancia y las condiciones edafológicas del lugar, en virtud de ello se plantea incrementar la oferta de servicios en la comunidad haciendo uso de los recursos culturales que posee.

Es importante anotar que la demanda turística de Loma Alta, constituye un segmento de nivel económico alto y amplio grado de conocimiento que sabe lo que vale la cultura y está deseoso de invertir para obtener un servicio se satisfaga sus necesidades de ocio y recreación y que mejor que el turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo que es lo que se pretende desarrollar en la comuna Loma Alta.

1.3.13. El Mercado Turístico

Analizadas la oferta y demanda, es imprescindible enfocar al mercado ya que representa el objeto que contribuirá a posicionar el producto que se oferta por lo que se toma como referencia el libro *Hostería y Turismo. Marketing Turístico* (Vértice, 2008: 21- 35) en el que se determina que el Mercado: “Constituye un lugar de encuentro entre consumidores y empresas, es por lo tanto, un espacio físico en la que se realiza la transacción y el intercambio de bienes o servicio a cambio de una contraprestación económica”.

A decir del autor, el aspecto más destacado del Mercado Turístico es la amplitud de su demanda, ya que los demandantes de un producto turístico superan las fronteras físicas y es que el mercado turístico no se desplaza sino que es el turista el que viaja en busca de un determinado producto. Estas son según el autor las características que añaden mayor dificultad para analizar el perfil de la demanda de un determinado servicio o producto turístico.

Pese a ello, opina que el Segmento de Mercado Turístico intuye una respuesta a la necesidad de captar nuevos perfiles de consumidores y de orientar los productos o servicios hacia fracciones más concretas de la población. Agrega además que la segmentación de mercado es consecuencia de una estrategia intencionada de la empresa, pero en ocasiones surge ante la perspectiva de aprovechar la oportunidad de cubrir un nuevo nicho de mercado. Es por ello que acogiendo el mercado turístico de la comuna Loma Alta se prevé ofertar Turismo Cultural como táctica que diversifique la oferta ecoturística que actualmente oferta Loma Alta.

1.3.14. El Turismo Cultural en el Ecuador

La oficina económica de la embajada de España en Quito (Moreno E. , 2007) hace un recuento del turismo cultural en el Ecuador y expresa que: la diversidad étnica y cultural reunida en Ecuador determina la existencia de numerosas e interesantes manifestaciones artísticas por lo que su riqueza cultural incluye manifestaciones artísticas de culturas precolombinas como las de: Valdivia, Machalilla, Chorrera y Tolita que pueden admirarse en los diversos museos ecuatorianos. También existen sitios arqueológicos que pueden ser visitados en todo el país.

Entre los atractivos turísticos del país, deben mencionarse la rica artesanía ecuatoriana, así como los mercados indígenas y las ferias y fiestas tradicionales con un marcado componente folklórico. Como la Mama Negra, los Danzantes, las Fiestas del Yamor, la Fiesta de las Flores y las Frutas, el Carnaval de Guaranda, entre otros. También merecen especial atención las fiestas de Quito, en las que se aprecian las verbenas populares. La mencionada autora solo refiere datos de las grandes ciudades de la región interandina y no hace referencia al resto del país.

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR, Estadísticas de turismo Ecuador, 2010), al país ingresaron 1'046.9681 de arribos internacionales y se estima que el ingreso de divisas por concepto del turismo receptor sería de 783,6

millones de USD, el gasto promedio del no residente que ingresa al país por vía aérea es de 1.213,54 mientras que de aquel que ingresa por vía terrestre es de USD 405.

La estadística confirma la principal motivación del turismo receptor es diversión y recreación, con el 48,7%. Quienes viajan, principalmente motivados por la cultura representan un 21,01 %; el ecoturismo está representado por el 14,96%, el turismo de deportes y aventuras el 6,38% y el de sol y playa un 4,95%. Las estadísticas anotadas muestran claramente el cambio radical que se está produciendo en las preferencias del turista que ahora busca algo más que el tradicional sol y playa. De allí que en la última década, las poblaciones de la provincia de Santa Elena parecen haber despertado de un aletargado sueño ya que con la aparición de la tecnología se permitieron modificar y hasta olvidar algunos de sus hábitos. Actualmente están tomando conciencia de lo importante que es mantener su identidad por lo que han empezado a valorar los recursos culturales que poseen logrando a través de ello el desarrollo local de las comunidades, ya que muchas de estas son productoras de la materia prima con que se elabora importantes objetos perteneciente al Patrimonio Cultural intangible.

Loma Alta es una comunidad que posee un sinnúmero de valores y costumbres que en esta investigación se quiere dar a conocer con la implementación del Desarrollo Turístico Cultural en la que prima el fortalecimiento de expresiones artísticas, además de las costumbres y tradiciones en perfecta convivencia con la naturaleza.

1.3.15. La Cultura Popular Ecuatoriana

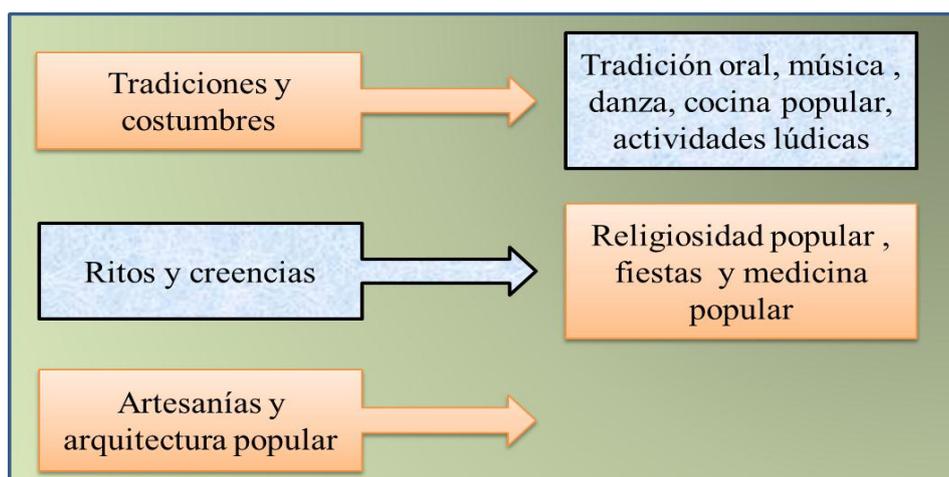
Las expresiones de la Cultura Popular son muchas y expresan acciones tanto cotidianas como actividades que rompen con la cotidianidad. Y es precisamente esto, lo que se pretende lograr con la aplicación de estrategias de desarrollo en la comuna Loma Alta, partiendo de la puesta en valor del patrimonio intangible con

que cuenta la comunidad, por lo tanto es preciso determinar en qué consiste la cultura popular. Para ello se toma como referencia la Enciclopedia del Ecuador del Grupo Océano (Océano, 2006:208 - 3003) que establece una definición partiendo del hecho que la Cultura Popular es:

“Un ente dinámico que en su proceso de reproducción va incorporando nuevos elementos a un patrimonio tradicional transmitido a lo largo de las generaciones, fundamentales de manera oral. Agrupa además las expresiones de la cultura popular bajo tres epígrafes: Tradiciones y Costumbres (tradición oral, música, danza, cocina popular, actividades lúdicas), ritos y creencias (religiosidad popular, fiestas y medicina popular), y artesanías y arquitectura popular”.

En este sentido se determina que la Cultura Popular es el elemento emprendedor del Patrimonio de los pueblos que se ha mantenido a lo largo de la historia y ha trascendido de una generación a otra, siendo como es actualmente un importante recurso dinamizador de las comunidades locales, es que se espera en la comuna Loma Alta lograr su posicionamiento en el mercado mediante la aplicación de estrategias de desarrollo participativo.

FIGURA 10: Expresiones de la Cultura Popular



Fuente: (Enciclopedia del Ecuador 2006)

El mencionado texto de consulta, afirma, además que el conglomerado que se identificó con la cultura popular, “fue el grupo social cultural resultante de un

proceso de mestizaje que se dio en los albores de la conquista y se consolidó en la época republicana”; por lo que se deduce, entonces, que la cultura popular en Ecuador corresponde a las mayorías de los cuales está provisto el país, de donde nacen sus expresiones multiétnicas y pluriculturales como símbolo de identidad de los ecuatorianos.

1.3.15.1. Tradiciones y Costumbres

La necesidad que ha tenido el ser humano a través del tiempo le llevó a idearse la forma de comunicarse y compartir sus experiencias y enseñarle a los demás a respetar las normas establecidas, “de esta forma nacieron la leyenda y el cuento popular” basado en las experiencias vividas por sus protagonistas, en la medida que la ciencia y el conocimiento han evolucionado, se ha ido descubriendo que el cuento y la leyenda no son historias reales sino más bien producto de la imaginación del hombre, que varía de acuerdo al lugar. En Ecuador la tradición oral se inscribe dentro de la Cultura Popular, así lo expresa el Grupo Océano,

“No sólo por sus contenidos con lo popular sino también por cuanto quienes la crean y recrean y se nutren de ella son los sectores dominados, las manifestaciones de la tradición oral en Ecuador son múltiples y muy variados los escenarios en los cuales se presentan, entre ellos se encuentran los amorfinos, las leyendas, los cuentos populares”.

Los Amorfinos como parte de la tradición oral son una mezcla de sentimiento, humor y romanticismo, todo lo que se conoce de él como parte de la tradición oral es que es originario de Manabí, así lo expresó el Director de la Fundación Retrovador Wilman Ordóñez a diario el Universo en el 2002 (Ordóñez, 2007), agrega además que el amorfino, más que una copla es:

“Un baile montubio que las parejas lo interpretan con los pañolones levantados y fue un tradicional baile popular que por generaciones ejecutaron los montubios en recintos y caseríos del norte de Manabí. Su origen está en la antigua danza española. El primero en pautar su música fue el antropólogo español Marco Jiménez de la Espada en el año de 1881, el que registró la siguiente copla: “Amorfino no seas tonto aprende a tener vergüenza al que te quiere querelo y al que no, no le hagas fuerza”.

Actualmente el Patrimonio oral está cobrando fuerza en las comunidades, luego de ver el valor que le da el extranjero a aquello que representa poco menos que nada para el habitante local, por lo que hoy, las comunidades locales se esfuerzan por rescatarlo y mantenerlo vivo en la memoria de todos.

Los Cuentos Populares son los que más significados han tenido en la historia de la literatura universales mucho más amplio y permite ampliar las acciones diversas de los personajes, su resultado final no siempre es feliz. En el mundo del cuento, todo es posible ya que se conoce que el cuento sea una ficción que toma como base la realidad, esto no quiere decir que sea necesariamente verdad. Sin embargo la gente no duda en aceptarlos como verdad.

El relato oral ha sido durante mucho tiempo el único medio de transmisión del cuento no solo para deleite de los mayores sino también para distracción de los pequeños. Es necesario añadir que según (Ubidia, 2008:57)“un cuento popular es a primera vista, un objeto lúdico cuya primera misión parece ser la de entretener”.

Otra definición de cuento se toma del sitio Web: (www.monografía.com, 2009), la misma que expresa que el “cuento es un género literario, no sujeto a leyes específicas, su origen se remonta a tiempos inmemoriales por lo que es muy difícil precisar con exactitud una fecha aproximada de cuándo y quién creo el primer cuento. Todo lo que se conoce es que se originaron en los pueblos orientales y se extendieron por todo el mundo, primero por Europa y después a América, narrados de boca en boca y de país en país. Cabe recalcar que el inicio de un cuento siempre ha sido y será “erese una vez.....”.

La Leyenda: De la misma forma que el cuento Ubidia en su libro Cuentos, leyendas, mitos y casos del Ecuador afirma que las leyendas son “producto de lo que se conoce como Occidente y su tiempo histórico es el pre capitalismo. Las sociedades feudales europeas y las sociedades coloniales de América Latina” y

define a la leyenda como “Una composición que pone en escena seres imaginarios que efectúan acciones imaginarias en lugares imaginarios”.

Pese a que la leyenda no es muy apreciada por la juventud actual, sí vive aún en la memoria de la población adulta, entre las leyendas más conocidas en Ecuador se puede anotar las siguientes: La Leyenda de Cantuña; Hasta cuando padre Almeida; La Dama Tapada, entre otras.

El mito: En la actualidad los mitos puros, solo funcionan, en plenitud, en el seno de las denominadas sociedades primitivas ajenas por completo a la noción de progreso y que tienden a permanecer en sí mismas sin modificarse, según las apreciaciones de Abdón Ubidia quien define la mitología como “la expresión oral de un pensamiento – sagrado para quienes lo compartes – que explica el origen de los distintos seres y acontecimientos del mundo”.

El Folklore: Eloy Gómez Pabellón define al Folklore (Pabellón, 199: 80 -84) como: “Aquella disciplina académica que centra su interés y actividad investigadora en el estudio de la denominada cultura tradicional”, y es que siendo, como es, el folklore parte de la cultura popular se hace necesaria determinar su aporte a la propuesta que se desarrolló en el capítulo 4 con miras a posicionarlo como un elemento integrador entre el turismo y la cultura. El autor además afirma que el folklore como ciencia no debería ser sino la exploración metódica y sistemática de un ámbito de conocimientos, ya que constituye evidentemente un invento erudito con el cual se intenta cubrir una determinada sección del amplio espectro fenoménico de la producción cultural de la humanidad.

En Ecuador el folklore continúa creciendo y ampliándose como una parte importante de la identidad de su pueblo, por lo que se tomó como una de las principales actividades para plantear el impulso del Turismo Cultural como Estrategia de desarrollo participativo de Loma Alta, por representar una actividad interactiva que gusta y atrae.

Actividades Lúdicas: Desde tiempos remotos la humanidad ha recurrido al juego, teatro, danza, poemas y las canciones, como un medio para transmitir conocimientos e inculcar creencias, costumbres, sentimientos y valores a las nuevas generaciones.

Por lo tanto (Ander, 2002:173), manifiesta que: “el hombre no solo es homo sapiens y homo faber (el hombre que piensa y el hombre que trabaja) es también homo luden, el hombre lúdico, el hombre que juega. Fiestas, danzas, juegos y músicas han sido siempre una parte importante de la vida de los pueblos. La fiesta y el juego son expresiones a veces con un alcance impresionante de actitudes y comportamientos absolutamente culturales por ello ni el rostro adusto expresa seriedad ni lo lúdico y el arte están desvinculados entre sí”.

En Ecuador existen una serie de actividades lúdicas que tiene carácter popular, algunas de ellas se manifiestan en determinados espacios geográficos, como el caso del rodeo montubio en Guayas, las corridas de toros en la sierra, peleas de gallos en varias provincias como Manabí, Azuay, Pichincha y otras. Pero estas no son todas las actividades lúdicas que se realizan, los jóvenes y niños, aun se entretienen con juegos como la rayuela, el pepo, la cogida, el juego de pelota, las escondidas, las cometas, el ratón – ratón, el mantantirulirulan, la gallina ciega, el palo encebado, los torneos de cintas y pañuelos, etc.

En la actualidad varios de estos juegos son solo recuerdos en la memoria de los más grandes, ya que han sido desplazados por los juegos electrónicos y la televisión, por lo que se pretende rescatarlas y convertirlas en productos turísticos que tiendan a dinamizar la comunidad receptora y rompan con la estacionalidad del lugar.

Las Actividades Culinarias “también expresan la cultura de un pueblo, la cocina popular está estrechamente vinculada con un contenido mayor en el que se basa la cultura y es el conocimiento respecto de la preparación de tal o cual plato, el

mismo que ha sido cuidadosamente transmitido a través de la tradición oral, de generación en generación de manera que el conocimiento autóctono no se pierda”.

Así en Ecuador la gastronomía es muy rica y variada, la misma que suele en ocasiones identificar una región. De manera generalizada la gastronomía ecuatoriana se basa en: maní, mariscos, cocos, patatas, maíz, cerdo, cuy, yuca, etc. Los diversos platillos como: ceviche, encocado, hornado, fritada, son parte de la cocina tradicional y muy apetecida por propios y extraños.

Además de estos existen otros que se preparan de forma tradicional en épocas especiales como son: la fanesca, durante la Semana Santa; la colada morada y la guagua de pan en días de difuntos; en las comunidades pequeñas, también se prepara arroz con pollo, seco o pollo hornado con lo que las familias celebran las épocas especiales como: cumpleaños, fiestas patronales, bautismo, día del padre y/o de la madre, entre otras.

(Ministerio de Cultura del Ecuador, 2011), hizo la presentación de una publicación denominada Patrimonio Cultural Alimentario (realizada por Augusto Merino Medina y Catalina Unigarro Solarte), el documento, aborda una panorámica del Patrimonio alimentario y la tradición culinaria en el Ecuador. Los objetivos de esta publicación son:

- Fortalecer el Espacio Cultural Común y fomentar las capacidades creativas y de relacionamiento de las instituciones, gestores y artífices para el desarrollo y defensa del patrimonio cultural intangible, popular y tradicional.
- Promover la investigación y registro sistemático del patrimonio cultural intangible, popular y tradicional, conjuntamente con políticas y marcos jurídicos de vigorización cultural.
- Ofertar ampliamente a los usuarios de los países del Convenio Andrés Bello, información especializada del patrimonio cultural intangible andino y latinoamericano por temáticas, países y series didácticas de manifestaciones compartidas y otras que refuerzan la diversidad sociocultural de su población.

Es importante destacar que en la Ruta del Spondylus existen lugares donde las personas viajan solo para deleitarse con los variados y deliciosos platillos que se sirven en los diversos restaurantes como los ubicados en la comuna Libertador Bolívar, la Calderada en Manglaralto y Delfín Mágico en Salango.

Las artesanías: Las que se elaboran en Ecuador son innumerables, de variados materiales, colores, estilos y tamaños, hay diversos tipos de artesanías cuya importancia radica en el tiempo, es decir que muchas se elaboran desde el siglo XIX hasta la actualidad como es el caso de los famosos sombreros de paja toquilla conocidos internacionalmente como “Panamá Hats”. La artesanía textil en donde se elaboran todo tipo de tejidos y bordados a mano, el tejido en fibra vegetal, son otras actividades artesanales de gran importancia para el país.

En la península de Santa Elena, a lo largo de la Ruta del Spondylus, la artesanía elaborada del marfil vegetal conocida como tagua ha experimentado en los últimos años una gran demanda por su variedad y diseño, además de artesanías de sapan y paja toquilla que se comercializan en todo el país.

Los caracteres enumerados como parte de la cultura popular ecuatoriana, son un ramillete de recursos que adornan la cultura de Loma Alta que ve en ellos la posibilidad de abrir nuevos caminos en pro de un desarrollo participativo que contribuya a posicionar el Turismo Cultural de la comunidad. Si bien es cierto que muchos de estos recursos son universales, también cuenta con recursos propios capaz de crear expectativas en los visitantes.

1.3.16. Clasificación de los Recursos Turísticos: Naturales y Culturales

Para clasificar los recursos turísticos, se toma como referencia la metodología para inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador que clasifica los recursos en dos grandes grupos. Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales de acuerdo a la categoría, tipos y sub tipos, especificado en el cuadro 3.

“**Categoría:** define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.

Tipo: son los elementos de similares características en una categoría.

Subtipo: son los elementos que caracterizan los tipos”

CUADRO 4: Clasificación de Atractivos Turísticos

CATEGORÍAS	TIPOS	SUBTIPOS
1. Sitios naturales	1.1 Montañas	a. Altas montañas b. Cordilleras c. Nudos d. Desfiladeros
	1.2 Planicies	a. Glaciares costeros b. Salitrales c. Valles d. Mesetas
	1.3 Desiertos	a. Costeros b. De interior c. Dunas
	1.4 Ambientes Lacustres	a. Lagos b. Lagunas c. Ciénegas d. Pozas e. Pantanos f. Chacras estacionales
	1.5 Ríos	a. Manantial o fuente b. Riachuelo..... h. Vados i. Remansos
	1.6. Bosque	a. Bosques.... b. Nublado occidental c. Amazónico.... d. Manglar e. Seco tropical f. Seco interandino g. Petrificado
	1.7 Agua Subterráneas	a. Cuevas b. Cavernas c. Ríos subterráneos
	1.8 Fenómenos espeleológicos	a. Cuevas b. Cavernas c. Ríos subterráneos
	1.9. Fenómenos geológicos	a. Cráteres b. Cadenas c. Flujo de lava d. Tubo de lava
	1.10 Costas o litorales	a. Playas b. Acantilados c. Golfo d. Bahía e. Cabos f. Ensenadas g. Fondeaderos..... m. Palmeras
	1.11 Ambientes marinos	a. Arrecifes de coral b. Cuevas.... i. Bentos y bentónico
	1.12 Tierras insulares	a. Islas continentales b. Islas oceánicas c. Archipiélagos
	1.13 Sistemas de áreas protegidas	a. Parques nacionales b. Reservas ecológicas..... h. Reserva geobotánica

Fuente: (MINTUR, Guía Metodológica para inventario de atractivos turísticos , 2004)

Para efectos del presente trabajo investigativo se tomó el grupo de Manifestaciones Culturales ya que es el que permitirá delinear las estrategias que aporten al desarrollo de la comunidad.

Dentro de las Manifestaciones Culturales, el Ministerio de Turismo del Ecuador reconoce los tipos: “Históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados”.

CUADRO 5: Atractivos Turísticos Culturales

CATEGORÍAS	TIPOS	SUBTIPOS
2. Manifestaciones culturales	2.1 Históricos	a. Arquitectura civil, religiosa y militar b. Zona histórica, Ciudades, Sectores, conjuntos parciales c. Minas antiguas d. Sitios Arqueológicos, zonas arqueológicas, conjuntos aislados d. Museos religiosos, coloniales, Etnográficos e. Colecciones particulares
	2.2 Etnografía	a. Grupos étnicos b. Arquitectura vernácula c. Manifestaciones religiosas, Tradiciones y creencias populares d. Música y danza e. Artesanías..... f. Chamanismo
	2.3 Realizaciones técnicas , científicas y contemporáneas	a. Museos contemporáneos b. Obras de artes c. Pinturas d. Esculturas e. Explotaciones piscícolas
	2.4 Acontecimientos programados	a. Artísticos b. Fiestas c. Vida nocturna d. Gastronomía e. Rodeo f. Ferias y congresos g. Eventos deportivos

Fuente: Mintur (2004)

La mencionada institución jerarquiza los atractivos turísticos en un rango que va de I al IV tal como se detalla en el cuadro siguiente.

CUADRO 6: Jerarquía de los Atractivos Turísticos

Jerarquía	Puntos	Descripción
IV	76 - 100	Atractivo excepcional de gran significación turística internacional, capaz por si solo de motivar una importante corriente de visita actual o potencial.
III	51 - 75	Atractivo excepcional en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por si solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.
II	26-50	Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.
I	1-25	Atractivo sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

Fuente: Mintur, 2004

Para clasificar los atractivos turísticos de un determinado sector, es imprescindible, inventariar los recursos y determinar su importancia, para ello es necesario recurrir al trabajo de campo y a la utilización de fichas. (Ver anexo 1).

1.4. MARCO LEGAL

Para desarrollar un proyecto de cualquier índole, es necesario ampararse en el marco legal y los principios que rijan la actividad que se pretende desarrollar, para el caso, se detalla a continuación las leyes que amparan el desarrollo del Turismo Cultural como Estrategia de Desarrollo Participativo en la comuna Loma Alta.

Dentro de este orden se anotan: La Constitución de la República, El Plan Nacional del Buen Vivir, La Ley del Medio Ambiente, La Ley de Turismo, La Ley de Patrimonio y La Ley de Comunas. Es importante agregar que debido a que la Comuna se encuentra reformando sus estatutos, estos, no se contemplan en el presente marco legal, por considerárselos fuera de época (1940).

➤ CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA

TÍTULO I. DE LOS PRINCIPIOS FUNDAMENTALES en los artículos y numerales que a continuación se especifican.

Art 3. Numeral 3. Defender el patrimonio natural y cultural del país y proteger el medio ambiente.

Numeral 7. Proteger el patrimonio natural y cultural del país.

Capítulo Cuarto Art. 57

1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.

12. Mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales; los recursos genéticos que contienen la

diversidad biológica y la agro biodiversidad; sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger los lugares rituales y sagrados, así como plantas, animales, minerales y ecosistemas dentro de sus territorios; y el conocimiento de los recursos y propiedades de la fauna y la flora.

13 Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del Patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto.

Sección Octava: (Art. 385); numeral 2. Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales.

➤ **PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR: OBJETIVOS, POLÍTICAS(7 – 11) Y METAS**

Objetivo 7: Construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro común

Política 7.3. Fomentar y optimizar el uso de espacios públicos para la práctica de actividades culturales, recreativas y deportivas.

Política 7.4. Democratizar la oferta y las expresiones culturales diversas, asegurando la libre circulación, reconocimiento y respeto a las múltiples identidades sociales.

Política 7.4. a. Impulsar la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales diversos, exclusivos y de calidad desde una óptica pluralista que promueva la no discriminación, con énfasis en los proyectos participativos interculturales.

Política 7.4. f. Divulgar el conocimiento de los patrimonios culturales y naturales, para la valoración de su diversidad y riqueza desde la ciudadanía.

Política 7.4. g. Promover iniciativas culturales, artísticas, científicas y de investigación orientadas a recrear la memoria e innovar la producción y conocimientos heredados.

Metas

7.3.1 Triplicar el porcentaje de personas que realiza actividades recreativas y/o de esparcimiento en lugares turísticos nacionales al 2013.

7.4.1 Aumentar en 40% el tiempo semanal dedicado a la cultura al 2013.

Objetivo 8.7: Potenciar la diversidad y el patrimonio cultural.

Objetivo 11: Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible

Política 11.11. Promover la sostenibilidad ecosistémica de la economía a través de la implementación de tecnologías y prácticas de producción limpia.

➤ LEY DEL MEDIO AMBIENTE

Sección II

Art. 45.- Principios Generales.- Toda acción relacionada a la gestión ambiental deberá planificarse y ejecutarse sobre la base de los principios de sustentabilidad, equidad, consentimiento informado previo, representatividad validada, coordinación, precaución, prevención, mitigación y remediación de impactos negativos, solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, reciclaje y reutilización de desechos, conservación de recursos en general, minimización de desechos, uso de tecnologías más limpias, tecnologías alternativas ambientalmente responsables

y respeto a las culturas y prácticas tradicionales y posesiones ancestrales. Igualmente deberán considerarse los impactos ambientales de cualquier producto, industrializados o no, durante su ciclo de vida.

CAPÍTULO II

MARCO INSTITUCIONAL COMPETENCIAS

Art. 47.- Marco Institucional.- El Marco Institucional en materia de prevención y control de la contaminación ambiental consta de los siguientes estamentos:

- a) Consejo Nacional de Desarrollo Sustentable (CNDS).
- b) Ministerio del Ambiente (MAE) o Autoridad Ambiental Nacional (AAN).
- c) Sistema Nacional Descentralizado de Gestión Ambiental (SNDGA);
 - i) Reguladores ambientales por recurso natural;
 - ii) Reguladores ambientales sectoriales; y,
 - iii) Municipalidades y/o Consejos Provinciales.

Art. 49.- Competencias de la Autoridad Ambiental Nacional.- Sin perjuicio de las atribuciones previstas en la Ley de Gestión Ambiental y otros cuerpos legales, al Ministerio del Ambiente le corresponde:

- f) Evaluar el cumplimiento de los Planes o Programas municipales, provinciales, por recurso y sectoriales para la prevención y control de la contaminación ambiental;
- j) Capacitar a los municipios, consejos provinciales, corporaciones de desarrollo regional, las entidades del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión Ambiental y a la sociedad civil en general, en la aplicación del presente Título y sus normas técnicas;

Art. 50.- Competencias Compartidas.- En consulta y coordinación con las entidades del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión Ambiental, también le corresponde al Ministerio del Ambiente:

- a) Elaborar la política nacional de protección ambiental para la prevención y control de la contaminación de los recursos aire, agua y suelo y someterla al Consejo Nacional de Desarrollo Sustentable;
- b) Establecer los criterios y objetivos nacionales de calidad de los recursos aire, agua y suelo. Los objetivos deberán responder y aplicar a la política nacional de protección ambiental para la prevención y control de la contaminación;
- c) Elaborar el Plan o Programa Nacional para la Prevención y Control de la Contaminación Ambiental. Este Plan o Programa Nacional será parte del Plan Ambiental Ecuatoriano; y,
- d) Expedir y aplicar normas técnicas, métodos, manuales y parámetros, lineamientos de buenas prácticas de protección ambiental, aplicables en el ámbito nacional y el régimen normativo general aplicable al sistema de permisos y licencias de actividades que potencialmente puedan causar contaminación.

Sección II

Instrumentos para la Prevención y Control de la Contaminación Ambiental

Art. 57.- Documentos Técnicos.- Los estudios ambientales se realizarán en las etapas previas a la ejecución, temporales o definitivas de un proyecto o actividad. Los documentos técnicos o estudios ambientales que serán exigidos por la autoridad son entre otros:

- a) Estudios de Impacto Ambiental (EIA), que se realizan previo al inicio de un proyecto o actividad, de acuerdo a lo establecido en el SUMA;

- b) Auditoría Ambiental (AA), que se realizan durante el ejercicio de la actividad, lo cual incluye la construcción;
- c) Plan de Manejo Ambiental (PMA), que se realiza en cualquier etapa del
- d) proyecto o actividad.

➤ **LEY DE TURISMO DEL ECUADOR**

Capítulo I artículo 4. En los literales que a continuación se detallan expresa:

- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

Capítulo 4 artículo 15, numeral 4: Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información.

➤ **LEY DE PATRIMONIO**

Artículo 4: El Instituto de Patrimonio Cultural, tendrá las siguientes atribuciones

- a. Investigar, preservar, conservar, restaurar, exhibir y promocionar el Patrimonio Cultural del Ecuador; así como regular de acuerdo a la ley todas las actividades de esta naturaleza que se realicen en el país.
- b. Elaborar el inventario de todos los bienes que constituyen este patrimonio ya sean propiedad pública y privada.

Artículo 7: Declárense bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural del estado los comprendidos en las siguientes categorías

- g. Los objetos etnográficos que tengan valor científico, histórico o artístico, perteneciente al Patrimonio Etnográfico.

- i. Las obras de la naturaleza, cuyas características o valores hayan sido resaltados por la intervención del hombre o que tengan interés científico para el estudio de la flora, fauna y la paleontología.

➤ **PLANDETUR 2020**

Dentro del marco legal del país y en lo que a materia turística se refiere es de vital importancia tomar en consideración los objetivos, las políticas y la línea estratégica que se propone en dicho plan ya que están enfocadas a desarrollar el turismo sostenible en el país.

❖ **Objetivos**

- ❖ Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.
- ❖ Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.
- ❖ Desarrollar un sistema moderno de gobernanza del turismo, que tenga un esquema jurídico claro, un sistema de información eficiente y un marco institucional fortalecido que facilite el ejercicio de las actividades turísticas, impulse el proceso de descentralización en implementación, con procesos eficientes que contribuyan a la sostenibilidad, competitividad y seguridad del sector turístico del Ecuador.
- ❖ Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.

- ❖ Convertir al turismo sostenible en una prioridad de la política de Estado y de la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral (manejo racional de recursos naturales, culturales, sociales, económicos, tecnológicos, políticos) y la racionalización de la inversión pública, privada y comunitaria.
- ❖ Atraer una demanda turística internacional selectiva, consciente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho.
- ❖ Posicionar al país como un destino turístico sostenible líder que contribuye al logro de los objetivos de Desarrollo del Milenio con elevada responsabilidad social corporativa y efectiva gestión sociocultural y ambiental.

❖ **Políticas**

El PLANDETUR propone las siguientes políticas:

- ❖ El turismo sostenible es el modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión del sector para dinamizar la economía nacional y contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).
- ❖ La gestión del turismo en Ecuador busca un funcionamiento coordinado entre los actores público, privado y comunitario sustentados en un Ministerio de Turismo fortalecido y en una gestión descentralizada y desconcentrada eficiente.
- ❖ Se valoriza y conserva el patrimonio turístico nacional, cultural y natural, sustentado en un desarrollo equilibrado del territorio.
- ❖ Se defiende y protege a los territorios donde se desarrollan actividades turísticas frente a actividades extractivas y de alto impacto.
- ❖ Se optimiza las oportunidades que el ejercicio de las actividades turísticas puede generar como aporte significativo al desarrollo productivo, social y

ambiental; por lo que se busca la mejora de la calidad de vida de los residentes en los destinos turísticos mediante la dinamización de las cadenas de valor integradas.

- ❖ Se impulsa el turismo social para la democratización del ocio como derecho humano y la integración nacional.
- ❖ Se busca la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, características de sostenibilidad y la diferenciación del valor agregado por el aporte local al turismo.

❖ **Estrategias turísticas**

Las estrategias que se aplican para la consecución de los objetivos planteados, y dentro del marco de las políticas de gobierno para el turismo, son las siguientes:

- ❖ Fortalecimiento de la actividad turística sostenible de Ecuador en los ámbitos económicos, sociales, institucionales y políticos del país.
- ❖ Establecimiento de un sistema adecuado de gobernanza turística mediante el fortalecimiento institucional, la coordinación interinstitucional pública, privada y comunitaria, el adecuado manejo territorial, la gestión descentralizada, la mejora de procesos y la generación y aplicación de normas claras para todos los actores.
- ❖ Transformación del sistema turístico ecuatoriano hacia el turismo sostenible, de forma integral y pionera a través de un proceso gradual de inclusión de criterios de sostenibilidad en sus actividades y a todo nivel, que fortalezcan el patrimonio social y natural.
- ❖ Instrumentalización de la actividad turística para contribuir en la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, que permita extender los beneficios de la actividad a las empresas, comunidades e instituciones turísticas y relacionadas, y a la sociedad ecuatoriana para el disfrute de la recreación y el turismo social; con la integración de productos y servicios locales en la cadena de valor del turismo, fomento de

la equidad de género, la reducción de la pobreza, la conservación del patrimonio natural y cultural, y la generación de sinergias para la sostenibilidad.

- ✧ Desarrollo, equipamiento y dotación de elementos necesarios para la creación, mejora y consolidación de los destinos turísticos de Ecuador, como componentes de productos turísticos competitivos.
- ✧ Innovación de productos turísticos, planificación de mercadeo estratégico y operativo y gestión integrada de la comercialización para la mejora continua de la competitividad.
- ✧ Fortalecimiento de la microempresa, pequeñas empresas, de redes de MIPE's y comunidades turísticas y proveedoras de suministros y servicios complementarios para la industria turística.
- ✧ Desarrollo de inteligencia e información estratégica y operativa permanente, tanto del mercado como de la gestión del turismo, para el desarrollo eficiente del turismo sostenible en Ecuador.
- ✧ Fortalecimiento y sistematización de la gestión de promoción y mercadeo turístico de Ecuador, que facilite el acceso eficaz a los mercados principales nacionales e internacionales; que incluya la colaboración de los actores del sector, y realice seguimiento y evaluación de los resultados de la gestión.
- ✧ Capacitación y formación integral en turismo sostenible, tanto a nivel de sensibilización de la sociedad civil en general como en la adquisición de conocimientos técnicos profesionales y competencias laborales del turismo.
- ✧ Establecimiento de mecanismos de consecución de fondos, incentivos económicos y mecanismos financieros y no financieros, sistemas de microcrédito y de dinamización empresarial adecuados que permitan viabilizar la ejecución de los programas para el turismo sostenible definidos en el PLANDETUR 2020.

➤ LEY ORGÁNICA DE COMUNAS

TÍTULO I: DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 4.-Principios.- numeral 8. Participación.- es el derecho que tienen las personas y las comunas de involucrarse voluntariamente y de incidir en la toma de decisiones en la planificación, ejecución y evaluación de los distintos programas y proyectos de desarrollo, y en la rendición de cuentas de las autoridades e Instituciones del Estado.

TÍTULO III DERECHOS COLECTIVOS Capítulo Primero Derechos de Cultura y Ciencia.

Artículo 10.-Las comunas tienen los siguientes derechos:

1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad cultural, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social;
4. Los pobladores de las comunas en coordinación con el Estado deberán mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos económicos necesarios para el efecto.

Capítulo Quinto

Derechos de Libertad Artículo 25.-Las comunas a más de los derechos de libertad contemplados en la constitución, los convenios y tratados internacionales tiene la libertad a desarrollar sus diversas manifestaciones culturales pasadas.

1. Transmitir y conservar su historia, lengua, mitología, tradiciones, filosofías, sistemas de escritura y literatura;

3. Desarrollar e intercambiar entre comunidades sus tradiciones, costumbres y ceremonias espirituales y religiosas;
4. Proteger y mantener los lugares sagrados de carácter, ritual, religioso y cultural y a acceder a ellos privadamente.

El capítulo expuesto presenta información relevante sobre el tema de investigación y muestra las falencias de la comunidad de Loma Alta, pero también el potencial turísticos que posee, el mismo que no se ha desarrollado debidamente por no contar con los recursos que solventen la puesta en marcha de la actividad, por lo que urge la creación de políticas integrales, concienciar a la comunidad en lo referente al gran valor de sus recursos y crear nuevas alternativas de desarrollo de manera que estas generen a la vez nuevas plazas de trabajo e impidan la migración de los habitantes.

Para desarrollar el turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo para la comuna Loma Alta, se ejecutó una investigación que orientó la búsqueda de las mejores estrategias que apoyen y fortalezcan la problemática señalada, para lo cual se aplicó un diseño metodológico de investigación cuyos resultados se enuncia en los capítulos 2 y 3, y sobre la cual se elaboró el capítulo 4.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente proyecto de investigación se desarrolló en la comuna Loma Alta y para ello fue necesario diseñar la metodología que tuvo como propósito desarrollar una propuesta cuyos resultados aporten elementos positivos para ejecutar la actividad turística cultural en la Comuna y se basó en la selección de los métodos y técnicas a utilizarse para el levantamiento de la información, los mismos que se especifican a continuación.

Los métodos y técnicas utilizados para el desarrollo del Turismo Cultural como estrategia de desarrollo participativo en la comuna Loma Alta fueron los siguientes:

- ❖ Investigación no Experimental
- ❖ Investigación Documental
- ❖ Investigación de Campo
- ❖ Investigación Exploratoria
- ❖ Investigación Descriptivo
- ❖ Investigación Explicativo
- ❖ Investigación Deductivo
- ❖ Observación directa
- ❖ Entrevistas
- ❖ Encuestas

Una vez presentado los métodos y técnicas aplicados, es necesario puntualizar qué es lo que define el método, para ello se precisa el apoyo de material bibliográfico de varios entendidos en el campo de la investigación como: Carlos Méndez, Édison Yamir Toledo Díaz, Wilson Gonzalo Paredes Garcés y Roberto Hernández Sampieri, quienes lo definen como los pasos sucesivos que conducen al logro de un objetivo, por lo que el fin de todo investigador es tomar la mejor decisión que contribuya a resolver un problema, para ello se hace necesario elegir el método apropiado con la finalidad de obtener los resultados esperados. Dicho en las palabras de Toledo Díaz, método es: “La ruta o camino a través del cual se llega a un fin propuesto y se alcanza el resultado prefijado o, como el orden que se sigue en las ciencias para hallar, enseñar y defender la verdad” (Toledo, 2002:17).

Posteriormente se realizó trabajo de campo con el fin de obtener información preliminar que permitió establecer los métodos y técnicas a seguir, a través de las visitas de campo se amplió la percepción que se tenía de la comunidad, su entorno y su problemática, esto fue lo que ayudó diseñar el trabajo metodológico a aplicarse.

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación utilizado con el fin de dar solución a la problemática planteada se basó en la investigación no experimental ya que permitió observar los acontecimientos que ocurrieron en la comunidad en el momento mismo de la investigación, describirlos y analizarlos posteriormente, tomando en consideración su dimensión temporal, su carácter sistémico y empírico que permitió verificar la evolución que ha tenido la variable dependiente.

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La modalidad de investigación que se empleó para desarrollar el trabajo de investigación se fundamentó en la investigación documental, investigación de campo y exploratoria, analizados a continuación.

❖ **Investigación Documental**

Una parte fundamental en la investigación del presente trabajo la aportó la investigación documental ya que permitió recabar, clasificar y analizar los documentos útiles para el desarrollo del tema en estudio, este tipo de investigación, en calidad de fuente secundaria, aportó datos importantes que permitió conocer los aspectos históricos, sociales y demográficos de la comunidad objeto de estudio y fue parte fundamental para la construcción del marco teórico referencial analizado en el capítulo 1.

La tipología de los documentos utilizados fueron: Libros, leyes, informes institucionales, mapas, entre otros, los mismos que mediante la utilización de las técnicas y procedimientos adecuados aportaron información veraz para dar solución al problema planteado y el logro de los objetivos.

❖ **Investigación de Campo**

A través de la investigación de campo se logró obtener datos reales o llamados también primarios, que permitieron obtener información confiable mediante el contacto directo con los implicados, es decir con cada uno de los individuos, grupos y representantes de las distintas poblaciones de la Comuna. Este tipo de Estudio “son llamados primarios, denominación que alude al hecho de que son datos de primera mano, originales, producto de la investigación en curso sin intermediación de ninguna naturaleza”. (Sabino, 1992:68)

La investigación de campo se realizó mediante las técnicas de encuesta, observación y entrevistas, para cada una se diseñó las fichas a emplearse, cuyos modelos se detallan en el anexo 3. La encuesta aplicada tanto a la población como a los turistas incluyó jóvenes desde los 16 años en adelante con la finalidad de obtener los resultados previstos.

❖ **Investigación Exploratoria**

La investigación exploratoria permitió obtener una información preliminar con el fin de tener una base del objeto de la investigación, de manera que se pudo planear la mejor forma de realizarla, además de ayudar a formular las hipótesis. A través de la exploración se pudo determinar de qué forma se obtuvo la información y qué tan accesible es.

Para Toledo Díaz en su libro Elementos de la Metodología de la Investigación, la exploración es un: “Nivel de investigación donde éstas se dedican a aclarar conceptos ya enunciados, a demostrar las particularidades del mismo en un determinado proceso”.

Para el desarrollo del proyecto de Turismo Cultural como estrategia de desarrollo participativo para la comuna Loma Alta, la exploración representó una forma de adquirir nuevas experiencias que fortalecieron la planeación de la investigación que se realizó, para ello se visitaron los diferentes sitios de la comunidad elegidos como centro de la propuesta.

2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El desarrollo del Turismo Cultural como estrategias de desarrollo participativo propuesto para la comuna Loma Alta, basa su estudio en los tipos de investigación descriptivo y explicativo.

❖ **Descriptivo.**

Como su nombre lo indica, permitió describir y analizar las características de la información obtenida en la comunidad a través del trabajo de campo, verificando la situación actual en un periodo de tiempo de cada uno de los elementos inmersos en la investigación. En virtud de lo cual se toma como referencia lo estipulado por Hernández Sampieri en su libro Metodología de la Investigación quien afirma que

“Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (Hernández S, 1997:56)

Este tipo de investigación aportó datos importantes que la comunidad podrá tomar como base para investigaciones futuras. La investigación descriptiva revistió de gran importancia para el desarrollo del presente estudio ya que permitió determinar el comportamiento de la comunidad ante los hechos del día a día y la razón del porqué sucede de una manera u otra.

❖ **Explicativo**

La investigación explicativa fue de vital importancia en el desarrollo del presente trabajo investigativo ya que permitió profundizar los conocimientos que se tenía del objeto de estudio que permitieron alcanzar los objetivos planteados. Por lo que se apoya en la definición de Roberto Hernández que alude los estudios explicativos expresando que “Su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste, o por qué dos o más variables están relacionadas”.

Este tipo de estudio además contribuyó a hacer una analogía entre los elementos involucrados en el objeto de estudio con el fin dar solución al problema planteado en la presente investigación.

2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

El método de investigación empleado en el presente estudio se basó en el método deductivo ya que permitió en base a la investigación empírica realizar un análisis profundo de cada uno de los elementos que constituyeron el objeto de estudio en base a lo cual se planteó la hipótesis.

2.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Las técnicas e instrumentos de investigación utilizadas para dar solución a la problemática planteada fueron las documentales de campo, entre las que se anotan las fichas de observación, cuestionarios diseñados para las encuestas y las entrevistas, entre otras. (Ver anexo 2)

❖ Observación Directa

La observación consiste en “observar, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación. Esta técnica suele utilizarse principalmente para observar el comportamiento de los consumidores. Para poder usar esta técnica, en primer lugar se debe determinar el objetivo o razón de investigación y, en segundo lugar, determinar la información que va a recabarse, la misma que permita cumplir con el objetivo planteado”.

La observación se empleó como fuente de apoyo para elaborar el inventario de los recursos turísticos tanto naturales como culturales con que cuenta la comuna Loma Alta, así como también verificar el estado de la infraestructura turística y el equipamiento de los mismos, las vías de acceso, entre otros. La guía de observación se apoyó en fichas elaboradas por la autora para determinar el modelo adecuado a aplicarse, la misma que se tomó como referencia a Wilson Gonzalo Paredes Garcés y su libro Investigación Acción, a Raúl Roja Soriano y su libro Guía para realizar investigaciones sociales.

Es importante agregar que la observación se apoyó además de las fichas, de cámaras fotográficas y entrevistas, Por lo que el tipo de observación tuvo carácter de estructurada. Estos implementos fueron de gran utilidad por la función que cada uno cumple.

El análisis de la guía de observación se realizó de manera cuantitativa y cualitativa y se aplicó la escala de valoración propuesta por Paredes Garcés mostrada en la tabla siguiente, el objeto de observación fue la Fiestas Patronales de la virgen de las Mercedes como atractivo cultural desarrolladas el 24 de septiembre del presente año. Las dimensiones a medir fueron: el nivel de organización de las fiestas, el nivel de participación de la comunidad, las actividades desarrolladas, la vestimenta y la música.

TABLA 2: Escala de Valoración

Objetivo logrado	Avance significativo	Cierto avance	Ningún avance	No hay información
4	3	2	1	0

Fuente: (Paredes, 2011:51)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

❖ Entrevistas

La entrevista “permite la recopilación de información mediante el diálogo directo entre el profesional que realiza la actividad científico - investigativa y los sujetos que son fuente de información” (Gómez, 2006:26) .

La entrevista permitió conocer las opiniones acerca del estudio a realizar, para la presente investigación de tesis se entrevistó a: Sr. Wilson Tomalá del Pezo como máxima autoridad de la Comuna, Sres. Félix Tomalá, Isidora Rosales y al Lcdo. Juan Rosales como representantes de los artesanos de Suspiro, Sra. Cecibel Orozco artesana de Loma Alta, las autoridades y organizaciones vinculadas con el desarrollo turístico de la provincia a quienes se les aplicó las entrevistas fueron: Coordinadora Provincial de Turismo de Santa Elena, Licenciada Viviana Gómez ; Jefe Técnico de EMUTURISMO, Tnlogo. Oscar Laínez; Ministerio de Cultura de la Provincia Susana Gómez; Fundación PAN. Claude Nathan.

❖ Encuestas

La técnica de la encuesta “permite recopilar información mediante un cuestionario que es elaborado previamente por el investigador, para conocer la valoración y el criterio de los encuestados sobre un determinado asunto”.

Para emplear esta técnica se diseñó previamente un cuestionario que permitió realizar la investigación de campo y mercado, logrando a través de ella información de primera línea.

El objetivo fue conocer a través de la aplicación de las encuestas cuáles son las expectativas de los visitantes, de la comunidad y los prestadores de servicios, previo su aplicación se determinó el tamaño de la población y la muestra, a través de la fórmula de Canavos.

2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA.

2.6.1. Población

Dentro de un estudio de investigación, es importante seleccionar el público objetivo, es decir hacia quién se va a dirigir la investigación dentro del conjunto de individuos, para establecer el Turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo en la comuna Loma Alta, se toma como referencia el número de pobladores de la comuna cuyo número bordea los 2401 habitantes, más el número de visitantes y 9 autoridades como se detalla en el párrafo siguiente.

2.6.2. Muestra

Una vez que se identifica el público objetivo dentro de la población o universo se realiza la muestra que no es otra cosa que tomar una porción de ese universo a quien se le realizó la encuesta con el fin de determinar las necesidades más

urgente del objeto de estudio y plantear las mejores estrategias para mitigar estas necesidades en base a los datos obtenidos.

2.6.2.1. Tipos de Muestra

La metodología de investigación de Hernández Sampieri, asume que existen dos tipos de muestreo, el probabilístico y el no probabilístico. El tipo de muestra a utilizar en el presente estudio es el muestreo probabilístico simple aleatorio ya que dará la oportunidad de que cualquier conjunto de individuo tenga la oportunidad de ser seleccionado.

2.6.2.2. Tamaño de la Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se tomará como referencia el número de habitantes de la Comuna Loma Alta, la cual cuenta con 2401 habitantes de acuerdo al último censo realizado por el cabildo en el 2012, con la finalidad de hacer un estudio socioeconómico de la comunidad, de los cuales 267 corresponde a los comuneros calificados, los mismo que en calidad de cabeza de familia serán considerados como el universo para determinar la muestra.

De la misma manera, en la última temporada, el cabildo comunal registró un ingreso de 200 turistas, que eligieron el río para disfrutar en familia. En virtud de ello, el tamaño de muestra se obtuvo con los datos que detalla la tabla 3, la misma que determinó el número de encuestas a realizar con el objeto de lograr la información respectiva que se necesita para elaborar la propuesta de Turismo Cultural como estrategia de desarrollo participativo para la comuna Loma Alta.

TABLA 3: Segmentos

SEGMENTO	UNIVERSO	FUENTE
Población	267	Comuna Loma Alta
Turista	200	Comuna Loma Alta
Autoridad	9	Comuna Loma Alta

Fuente:(Comuna Loma Alta 2013)

Elaborado por: Marlene De la ARodríguez

En tal sentido se tomó como base la fórmula de Canavos;

$$n = \frac{N \cdot P \cdot Q}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (P * Q)}$$

De donde:

N= Población o universo	267
n= Tamaño de la muestra	
P*Q= Probabilidad de que no se cumpla	0.5*0.5
E = Margen de error	0.05
z= Constanza de corrección del error	1.96

TABLA 4: Comunereros

N	267
P	0,5
Q	0,5
E	0,05
Z	1,96

$$n = \frac{267 * 0,5 * 0,5}{(2267 - 1) \left(\frac{0,5}{1,96}\right)^2 + 0,25} \quad n = \frac{66,75}{(266)0,000650771 + 0,25} \quad n = \frac{66,75}{0,17310496 + 0,25} \quad n = \frac{66,75}{0,4231050}$$

$$\underline{n = 157,76}$$

TABLA 5: Turistas

N	200
P	0,5
Q	0,5
E	0,05
Z	1,96

$$\frac{200*0,5*0,5}{(200-1)\left(\frac{0,5}{1,96}\right)^2+0,25} n = \frac{50}{(199)0,000650771+0,25} n = \frac{50}{0,12950333+0,25} n = \frac{50}{0,3795033}$$

$$n = 131,75$$

El tamaño de la muestra abarca un total de 290, de los cuales 158 corresponden a los jefes de familia en la comunidad y el restante (132) corresponde a turistas a quienes se aplicó las encuestas determinadas con el desarrollo de la fórmula ya mencionada. No así a las autoridades de turismo, ONG'S, cabildo y prestadores de servicio que se les realizarán entrevistas personales en su totalidad.

2.7. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología utilizada y desarrollada en el capítulo II, estableció un tamaño muestral de 290 encuesta de las cuales 132 estuvieron dirigidas a los turistas, dichas encuestas se aplicaron en la comunidad de Suspiro y en la cuenca del río Valdivia, durante el reciente feriado, se eligió estos dos lugares, debido a que los turistas gustan mucho de bañarse en el río.

Un grupo importante de turistas, especialmente extranjeros se encontró en la comunidad de Suspiro, estos, regresaban, luego de haber permanecido 2 semanas en la zona de reserva realizando importantes estudios.

Los resultados obtenidos de las encuestas, entrevistas y guía de observación, cuyo objetivo del estudio fue conocer la opinión del turista que permita establecer los lineamientos estratégicos para desarrollar el proyecto de tesis basado en el turismo cultural por lo tanto el procedimiento de la investigación tuvo como finalizar organizar los datos obtenidos en la investigación de campo a través de la fichas de observación, encuestas y entrevistas para posteriormente analizar e interpretar cuantitativamente los resultados mediante la utilización de métodos estadísticos matemáticos a través de tablas y gráficos aplicados en el capítulo 3, los mismos que contribuyeron a comprobar la hipótesis planteada.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN.

La guía de observación que se representa a continuación se encuentra detallada en el capítulo 2 numeral 2.5, y su análisis en el epígrafe a continuación. En el cuadro 7 se especifican las dimensiones a medir y se realizan comentarios y sugerencias para cada una de las dimensiones medidas.

CUADRO 7: Guía De Observación

SITUACIÓN O ELEMENTO A OBSERVAR: Fiestas Patronales de la Virgen de las Mercedes.						
Valoración	Muy adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Nada adecuado	No se ajusta	Total
Dimensión	4	3	2	1	0	
Dimensión I: Nivel de Organización			X			2
Dimensión II: Nivel de participación.		X				3
Dimensión III: Tipos de Actividades	X					4
Dimensión IV: Tipo de Vestimenta		X				3
Dimensión V: Tipo de Música	X					4

Fuente: Trabajo de campo (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

1	Nivel de Organización	4	3	2	1	0
COMENTARIO: El nivel de organización observado en el desarrollo de las fiestas de la localidad, no es el mejor. SUGERENCIA: Se sugiere mayor coordinación y delego de responsabilidades entre los involucrados.						
2	Nivel de participación	4	3	2	1	0
COMENTARIO: El nivel de participación tampoco es el más óptimo. Sin embargo se observó un ligero avance. SUGERENCIA:						
3	Tipos de Actividades	4	3	2	1	0
COMENTARIO: Pese al grado de organización y participación de la comunidad, se desarrolló un sinnúmero de actividades de ámbito cultural. SUGERENCIA: Ninguna						
4	Tipo de Vestimenta	4	3	2	1	0
COMENTARIO: Durante el desarrollo de las fiestas se pudo observar que la vestimenta utilizada por la comunidad fue la adecuada para cada ocasión. SUGERENCIA:						
5	Tipo de Música	4	3	2	1	0
COMENTARIO: El tipo de música varió de acuerdo a la tendencia actual, es decir que complació a todos los gustos. SUGERENCIA: Ninguna						

Los cuadros que anteceden se destinaron a medir los diversos aspectos desarrollados durante las fiestas patronales de la Virgen de las Mercedes en la comunidad de Loma Alta, arrojó como resultado que el grado de organización de los diferentes actos tuvo falencias que es necesario corregir.

En cuanto al nivel de participación y las actividades programadas para el efecto, se observó que mejoró un nivel más que la organización debido a que en el desarrollo de las actividades estuvieron inmersos las organizaciones públicas y privadas, así como las mujeres y niños que desempeñaron un importante rol protagónico que es necesario destacar y servirán de base para elaborar la propuesta de turismo cultural como estrategias de desarrollo participativo para la comuna Loma Alta que se planteará en el capítulo 4 . Otras dimensiones a medir fueron la vestimenta y la música elegida para la ocasión, la primera fue adecuada para cada ocasión, sin embargo para la realización de las actividades folklóricas fue necesario alquilar la vestimenta ya que la organización no dispone de la ropa adecuada para este tipo de actos. No obstante la música estuvo adecuada a todos los gustos.

3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

1. Cargos que desempeñan los entrevistados en las diferentes instituciones.

Las personas entrevistadas desempeñan importantes cargos en las instituciones que laboran, por lo general y dada la importancia que representa el estudio para el desarrollo de la propuesta; se eligió solamente a directivos de las mencionadas organizaciones, ya que debido a su cargo son, los únicos que responsablemente pueden tomar decisiones que estas corresponden a gubernamentales y no gubernamentales.

2. Tiempo que tienen los entrevistados ejerciendo el cargo en sus respectivas instituciones

El tiempo que cada uno de los entrevistados lleva desempeñando sus funciones varía mucho, unos empezaron en el mismo momento en que la institución abrió sus puertas, otros están en el cargo hace poco tiempo, pero todos aseguran estar promoviendo el cambio en el sistema.

3. Profesión de los entrevistados.

Los entrevistados corresponden a personas con nivel académicos que van desde el nivel medio, medio hasta superior, unos sin ningún conocimiento como es el caso de los entrevistados en la comunidad y otros con conocimiento en la rama turística, además de ellos existen otros entrevistados sin mucho conocimiento en otras áreas. No obstante el conocimiento académico y la predisposición de cada uno contribuirán a desarrollar con éxitos la propuesta que se plantea en el capítulo siguiente.

4. Los recursos culturales como alternativas de desarrollo turístico, están ganando más adeptos en la actualidad, ¿Qué tipos de estrategias propondría usted para lograr su posicionamiento en la comuna Loma Alta?

Los entrevistados coinciden en que se debe hacer uso del Marketing, ya que la promoción, la publicidad representan las mejores herramientas estratégicas para lograr el posicionamiento de los recursos culturales de Loma Alta. Para lo cual comprometen su apoyo en la difusión del material publicitario.

5. El Patrimonio Cultural Intangible, para su desarrollo necesita la participación de todos, en su opinión. ¿Qué estrategias se debería aplicar para lograr la participación activa de la mujer?

El 80% de los entrevistados opina que más que la determinación de estrategias, lo que se debe hacer para lograr la participación activa de la mujer en los procesos de desarrollo es concienciar a la población masculina de manera que cambie su cultura de pensamiento ya que la mujer ha sido la base de la familia y es hora de otorgarle el reconocimiento que merece.

El otro 20% está de acuerdo que en las comunidades pequeñas la mujer no está capacitada para asumir importantes roles y tomar decisiones en pro del desarrollo de sus comunidades, por lo que sugieren capacitación continua en las actividades propias de su género.

Las opiniones vertidas por el minúsculo grupo de participantes están dadas en función del desconocimiento del rol que actualmente desempeña la mujer dentro de la comunidad ya que si bien es cierto, requiere capacitarse, también es indudable que ella es la mejor embajadora del Patrimonio Cultural Intangible.

6. El presente estudio aspira lograr el desarrollo del turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo en la Comuna Loma Alta. ¿Considera usted que la mencionada comuna está capacitada para desarrollar con éxitos esta actividad y lograr su posicionamiento a corto plazo?

Los entrevistados coinciden que la comuna Loma Alta no está capacitada para desarrollar actividades turísticas y mucho menos lograr su exitoso posicionamiento a corto plazo, y sugieren que es necesario capacitar a las personas involucradas en dichas actividades de manera que puedan manejar adecuadamente sus recursos y comprometen su incondicional apoyo a las labores que se emprendan en ella.

7. ¿De qué manera la institución a la que representa apoyaría el desarrollo de la presente propuesta?

Los entrevistados en general opinan que apoyarían la presente propuesta a través de promoción y la formación del recurso humano ya que son dos elementos importantes sin los cuales ningún proyecto logrará su objetivo. El recurso humano a través de su formación estará en capacidad de brindar servicios de calidad, manejar adecuadamente los recursos que a él se encomienden.

3.2.1. Entrevistas dirigidas al Cabildo

1. Tiempo en el Cargo

Las personas entrevistadas tienen menos de un año en su cargo, todos son nativos de la comunidad tal como lo estipulan las leyes que rigen a la comuna.

2. Título Profesional

El 90% de los entrevistados posee nivel básico de educación y solo un 10 % es profesional en el área de la docencia. De ahí el desconocimiento y la falta de visión del cabildo para emprender proyectos de desarrollo.

3. ¿Conoce los recursos culturales de su comunidad?

El 100 % de los representantes del cabildo afirman conocer los recursos culturales que posee la comunidad, sin embargo dicen: que según referencias de sus padres en la comuna se han encontrado importantes restos arqueológicos que según estudios realizados corresponden a la cultura Valdivia, pero no existe documento alguno en la comunidad que lo certifique.

4. ¿En su opinión cuáles son los recursos culturales más relevantes de su comunidad?

El recurso cultural más significativo según la opinión de los entrevistados son las actividades lúdicas que se organizan como complemento a las fechas importantes del pueblo; adicional manifiestan la fiesta en honor a la Virgen de las Mercedes que se realizan en la comunidad cada año durante el mes de septiembre y las tradiciones orales que están cobrando importancia en la actualidad sobre todo por la labor que están desarrollando las escuelas de la localidad en el ámbito cultural.

5. ¿Cuál ha sido la participación de su cabildo en los procesos de desarrollo turístico?

Los dirigentes del cabildo opinan que debido al corto tiempo que llevan en sus funciones no es mucho lo que han podido hacer pero muestran gran entusiasmo por apoyar la propuesta a desarrollar.

6. ¿El presente estudio aspira lograr el desarrollo del turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo en la Comuna Loma Alta.Cuál es su opinión al respecto?

El cabildo comunal de Loma Alta muestra una opinión favorable al respecto de la propuesta ya que esta representa la mejor manera de conocer los recursos

culturales de la comunidad y poder difundirlos de manera que en un futuro próximo se conviertan en un producto turístico que contribuya a mejorar la calidad de vida de los habitantes.

7. ¿En su opinión, qué necesita la comunidad para emprender programas de desarrollo en beneficio de sus habitantes?

El cabildo concuerda en que se necesitan la participación y el conocimiento de cada uno los habitantes de la comunidad para desarrollar los diversos programas en su beneficio por lo que sugieren capacitación al personal que se encuentra inmerso en las actividades, especialmente turísticas de manera que puedan contribuir al desarrollo local y brindar servicios de calidad al visitante, así como ampliar la producción, generar empleo, e impedir la migración de la población en general.

8. ¿Qué tipos de estrategias propondría usted para incentivar la participación de la comunidad?

Como cabildo, manifiestan que ha sido un poco difícil lograr la participación de la comunidad, especialmente en las asambleas de comuna debido a que dos de sus dirigentes han tenido que enfrentar serios problemas de salud, sin embargo opinan que una estrategia que nunca falla es el “trueque”, es decir darle a la comunidad algo a cambio de su participación.

3.3. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

ENCUESTAS REALIZADAS A LOS TURISTAS

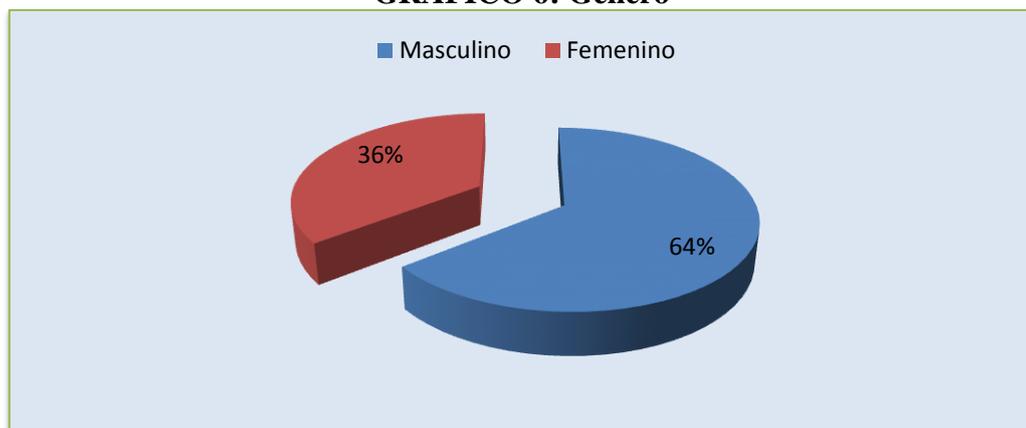
1. Datos generales: género de los turistas

TABLA 6: Género

Género	Cantidad	Porcentaje
Masculino	85	64,39
Femenino	47	35,61
Total	132	100,00

Fuente: Encuestas a turistas (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 6: Género



Fuente: Encuestas a turistas (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

Tanto la tabla como el gráfico representan un referente de los datos obtenidos en el trabajo de campo que arrojó como resultado que el 64% de los encuestados corresponden al sexo masculino y el 36% restante corresponde al sexo femenino. Las encuestas realizadas demuestra que es la población masculina quien toma la iniciativa a la hora de emprender una actividad, por lo tanto es necesario tener presente las estadísticas ya que estas servirán como base para delinear las estrategias a aplicar en la presente propuesta.

2. Edad de los turistas

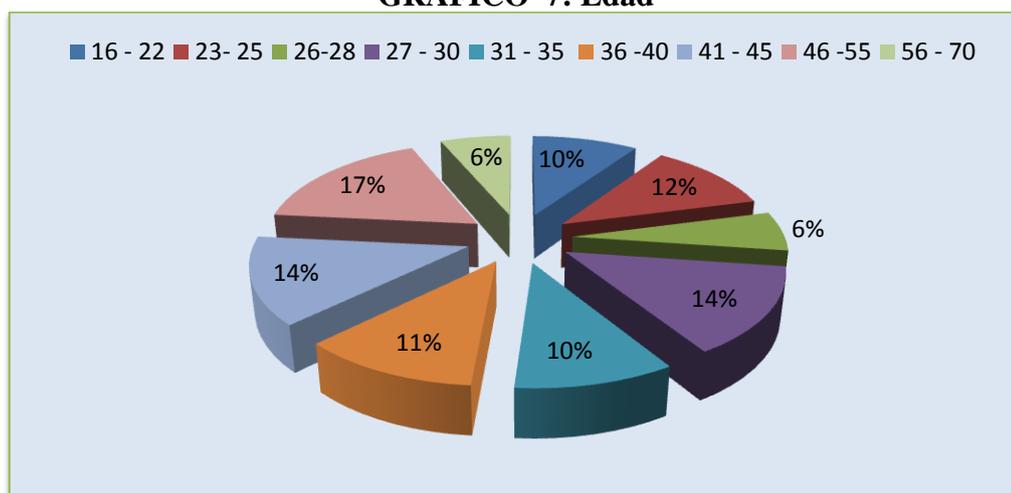
TABLA 7: Edad

Edad	Cantidad	Porcentaje
16 – 22	10	7,58
23- 25	20	15,15
26-28	5	3,79
27 – 30	15	11,36
31 - 35	15	11,36
36 -40	20	15,15
41 – 45	15	11,36
46 -55	22	16,67
56 – 70	10	7,58
TOTAL	132	100,00

Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 7: Edad



Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

La edad de los turistas según la investigación realizada da como resultado un 10% para el rango más joven, un 12% para el rango comprendido entre 23 y 25 años, el 14% es para el rango de entre 27 – 30 , un 10% para los de 31 y 35 años; el 11% para el rango de 36 y 40 años, el 14% es para el rango de 41 a 45 años; el 17% es para los de 46 y 55 años y un 6% para los mayores de 56 como se muestra en el gráfico. Es importante tener presente la edad del turista ya que es un factor determinante a la hora de plantear estrategias y definir las actividades que permitirán satisfacer las necesidades de los diversos segmentos del mercado turístico.

3. Nivel de educación

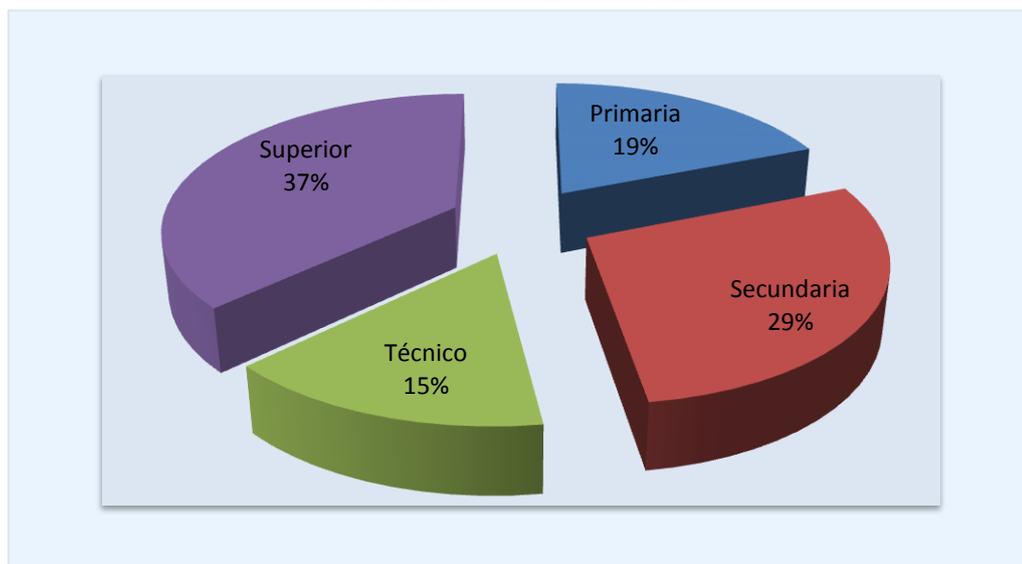
TABLA 8: Educación

Educación	Cantidad	Porcentaje
Primaria	25	18,94
Secundaria	38	28,79
Técnico	20	15,15
Superior	49	37,12
Total	132	100,00

Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 8: Educación



Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

El nivel de educación de los turistas se distribuyó en cuatro categorías de las cuales un 37% correspondió a personas con nivel de educación superior, seguida de aquellos que solo tienen estudios secundarios que abarca el 29%, el siguiente grupo corresponde a aquellos que poseen educación básica con un 19% y el grupo más pequeño está representado por los que tienen un grado de educación medio con un 15%. En base a los datos obtenidos se deduce que el potencial cliente del turismo cultural corresponde a personas con un alto nivel de educación y por ende con poder adquisitivo, lo que augura éxito a la propuesta que se desarrollará en el capítulo cuatro debido a que son las personas “cultas” las que más valoran el patrimonio cultural de una comunidad.

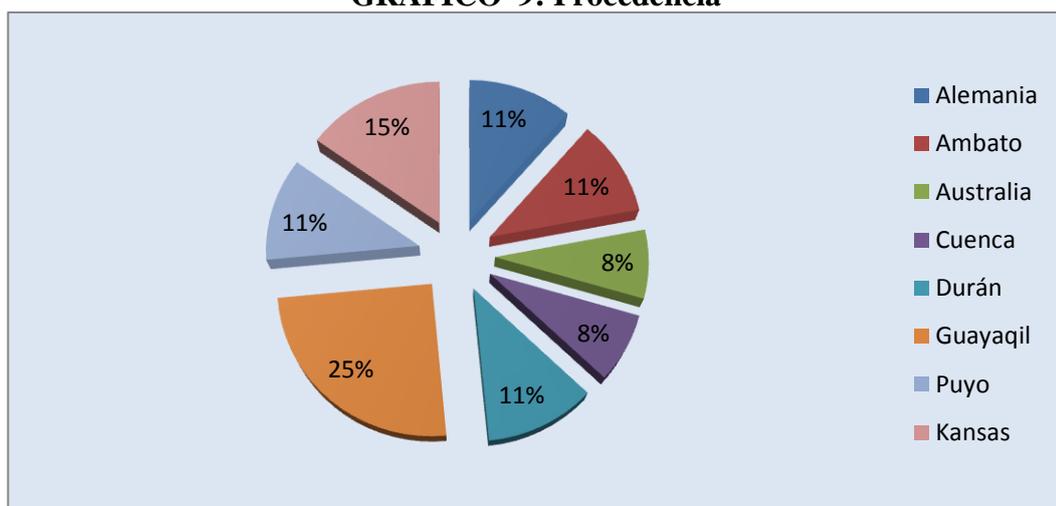
4. Lugar de procedencia del turista

TABLA 9: Procedencia

Lugar de procedencia	Cantidad	Porcentaje
Alemania	15	11,36
Ambato	14	10,61
Australia	10	7,58
Cuenca	10	7,58
Durán	15	11,36
Guayaquil	33	25,00
Puyo	15	11,36
Kansas	20	15,15
Total	132	100

Fuente: Encuestas a turistas (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 9: Procedencia



Fuente: Encuestas a turistas (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

El gráfico muestran que el turista que visita Loma Alta en su mayoría procede de la provincia del Guayas con un 36%; el 34 % corresponde a turistas extranjeros distribuidos en países como Alemania, Australia, Kansas, un 29% del total de los encuestados vinieron procedente de la Sierra y Amazonía. Se puede apreciar que del total de las personas encuestadas, el mayor porcentaje proviene de las provincia del Ecuador por lo que el mercado interno representa un factor de gran importancia para el desarrollo del presente trabajo investigativo, no obstante la presencia de turistas extranjeros en la zona, augura éxitos a la propuesta de establecer el turismo cultural, ya que el extranjero es un elemento importante ya que por su alto nivel de educación aprecia este tipo de actividad.

5. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?

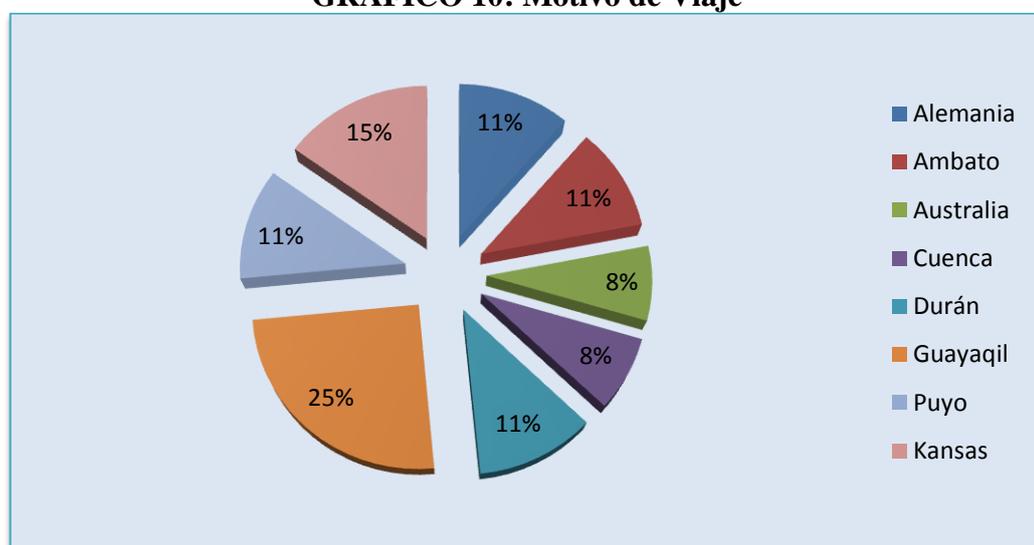
TABLA 10: Motivo de Viaje

Motivo de viaje	Cantidad	Porcentaje
Vacaciones	55	41,67
Negocios	0	0,00
Estudios	45	34,09
Deportes	32	24,24
Salud	0	0,00
Otros	0	0,00
Total	132	100

Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 10: Motivo de Viaje



Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

La aplicación de encuesta determinó que el principal motivo del viaje fueron las vacaciones con un 42%, seguida de otro importante segmento que viajó por estudios abarcando un 34 % y un último 22% que se encontraba haciendo deportes en la comunidad. El turista encuestado, afirma que el motivo de su viaje se debió a varios factores entre los que se destacan las vacaciones, el deporte, y el estudio, las mencionadas actividades deberán ser el punto de partida para el desarrollo de la actividad turística cultural ya que este amplio margen de turistas puede convertirse en un futuro próximo en el medio de divulgación que permita captar y ampliar el mercado para desarrollar exitosamente el turismo cultural en la comuna Loma Alta.

6. ¿A través de qué medios conoció la existencia de Loma Alta?

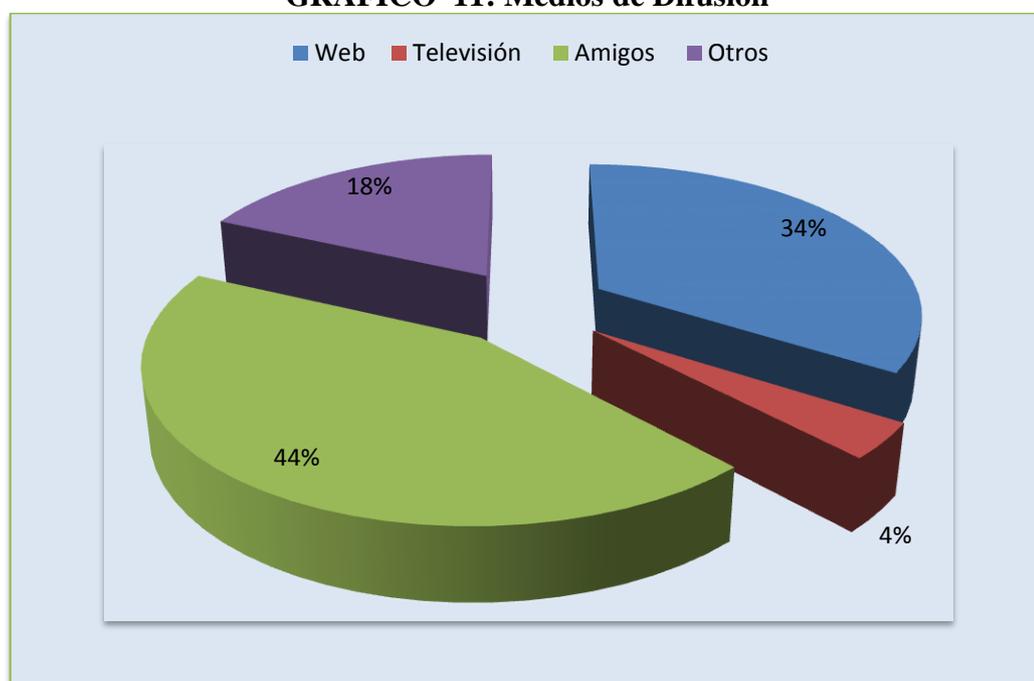
TABLA 11 : Medios De Difusión

Medios de difusión	Cantidad	Porcentaje
Web	45	34,09
Televisión	5	3,79
Amigos	58	43,94
Otros	24	18,18
Total	132	100

Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 11: Medios de Difusión



Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

El gráfico determina que un 44 % de los encuestados conocieron la existencia de Loma Alta, a través de los amigos y un 34 % conoció Loma Alta a través de la web, un 18 % lo hizo a través de otros medios y un mínimo porcentaje lo hizo a través de la televisión. Los resultados obtenidos dan como principales medios de difusión la Web y los amigos, por lo que se prevé utilizar estos canales de distribución para difundir las actividades turísticas culturales a desarrollar en el capítulo IV.

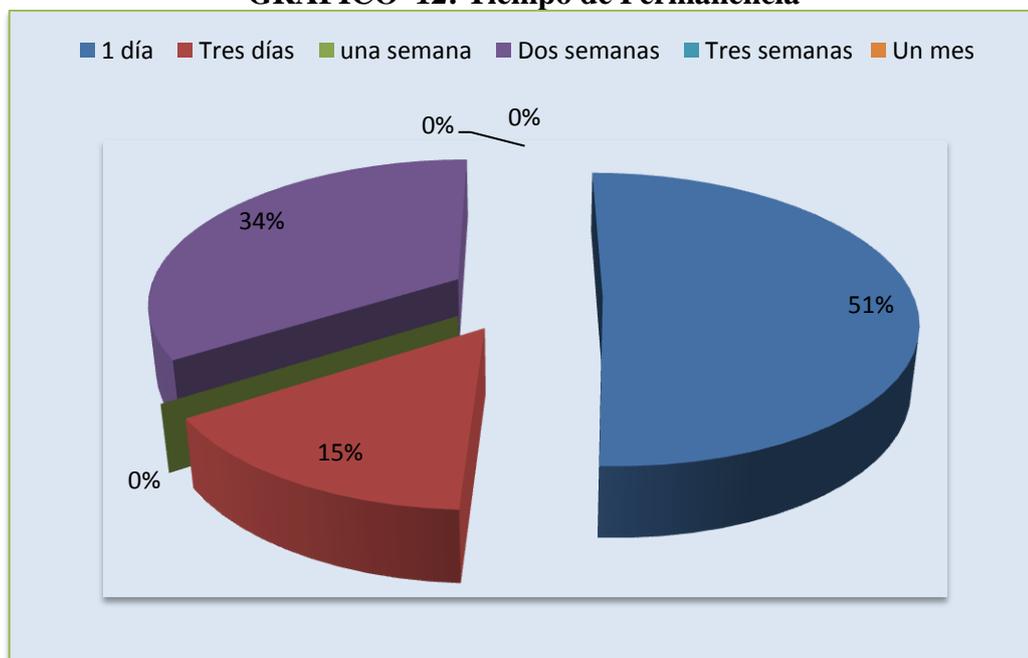
7. ¿Cuánto tiempo permanecerá Loma Alta?

TABLA 12: Tiempo de Permanencia

Tiempo de permanencia	Cantidad	Porcentaje
1 día	67	50,76
Tres días	20	15,15
una semana	0	0,00
Dos semanas	45	34,09
Tres semanas	0	0,00
Un mes	0	0,00
Total	132	100

Fuente: Encuestas a turistas (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 12: Tiempo de Permanencia



Fuente: Encuestas a turistas (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

El 51% de los encuestados afirman que su estadía en la comunidad no dura más que un día, un 34% se queda un mínimo de 3 días y un 15 % lo hace por un lapso de dos semanas. De los resultados obtenidos se deduce que las razones por las que un gran porcentaje permanece un solo día en la comunidad es debido a que no encuentra en qué emplear su tiempo, sin embargo los que permanecen más tiempo en ella son aquellos que realizan estudios en el bosque, por lo que tanto se hace imprescindible la creación de nuevas alternativas que permitan al turista además de disfrutar con los suyos, afianzar sus lazos familiares e interactuar con la comunidad.

8. ¿Loma Alta desarrolla ecoturismo como actividad turística. considera necesaria la diversificación del producto turístico?

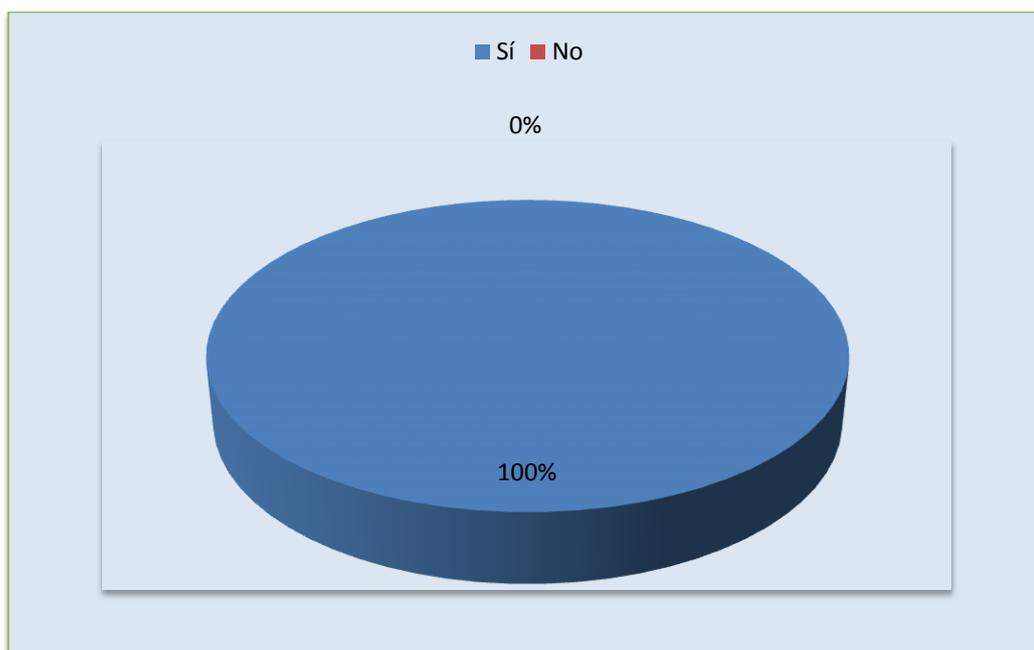
TABLA 13: Diversificación del Producto

Diversificación del producto	Cantidad	Porcentaje
Sí	132	100
No	0	0
Total	132	100

Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 13: Diversificación del Producto



Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

El 100% de los encuestados consideran la necesidad de diversificar el producto turístico en la comunidad. Mucho se ha escuchado decir que el turista siempre tiene la razón y sin duda es así, por lo que en base a los resultados que arrojó el presente estudio se considera más que necesaria diversificar el producto turístico en la comuna Loma Alta, el mismo que se basará en actividades culturales determinadas en la propuesta.

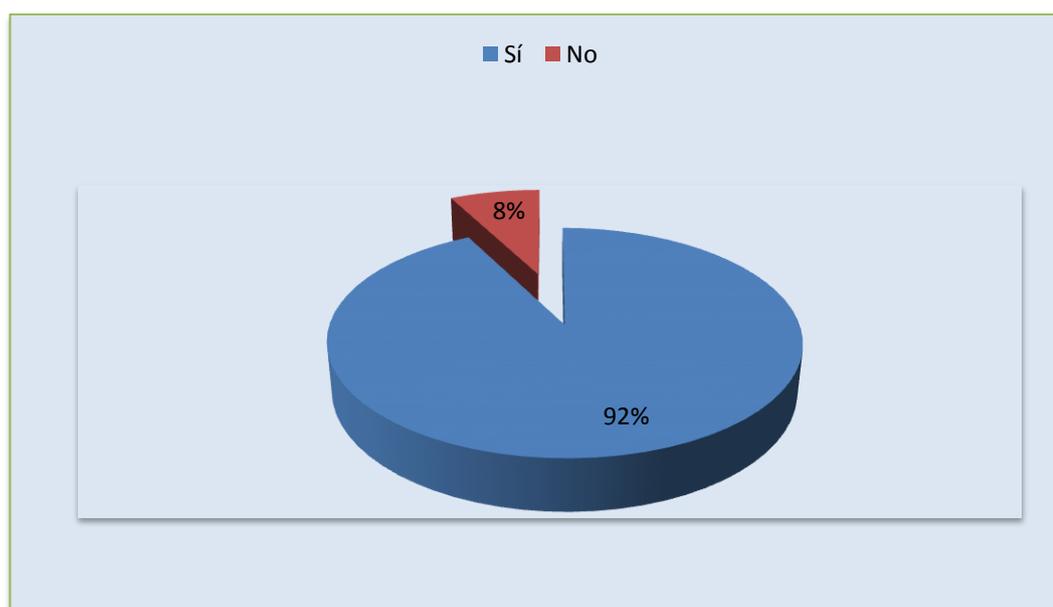
9. ¿En la comuna Loma Alta se prevé desarrollar el turismo cultural intangible como alternativa de desarrollo. le gustaría participar de esta actividad?

TABLA 14: Desarrollo de Actividades

Desarrollo de actividades	Cantidad	Porcentaje
Sí	122	92,42
No	10	7,58
Total	132	100

Fuente: Encuestas a turistas (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 14: Desarrollo de Actividades



Fuente: Encuestas a turistas (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

El gráfico muestran claramente el interés que tiene el turista por participar de las actividades culturales abarcando un 92 %, el restante 8% no le interesa. Los datos obtenidos en el estudio realizado, dieron como resultado el alto nivel de educación que posee el turista que visita Loma Alta, por lo que no es difícil entender la razón del por qué un amplio porcentaje está dispuesto a participar de las actividades culturales que se prevé realizar en Loma Alta con miras a posicionar el turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo.

10. ¿Qué tipo de actividades recreativas propondría para el desarrollo del turismo cultural intangible como estrategia de participación en la comuna Loma Alta?

TABLA 15: Actividades Recreativas

Actividades recreativas	Cantidad	Porcentaje
Ferias artesanales y gastronómicas	55	41,67
Eventos religiosos	10	7,58
Festivales Folclóricos	12	9,09
Actividades recreativas	40	30,30
Tradición oral	15	11,36
Total	132	100

Fuente: Encuestas a turistas (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 15: Actividades Recreativas



Fuente: Encuestas a turistas (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

El 42 % de los encuestados propone como alternativas turísticas las ferias gastronómicas y artesanales, en segundo lugar con el 30% las favoritas las actividades recreativas, en márgenes más bajos se encuentran la tradición oral, los festivales folklóricos y los eventos religiosos respectivamente. Sin duda alguna las ferias artesanales y gastronómicas están ganando adeptos en la zona y se han convertido en las preferidas del turista ya que le permiten deleitarse de la buena gastronomía local y recrearse con la diversidad de objetos que los artesanos elaboran, además de disfrutar en familia de las actividades recreativas, por lo que son actividades importantes a considerar en la elaboración de la propuesta.

ENCUESTAS A LA POBLACIÓN

1. Distribución de género de la población

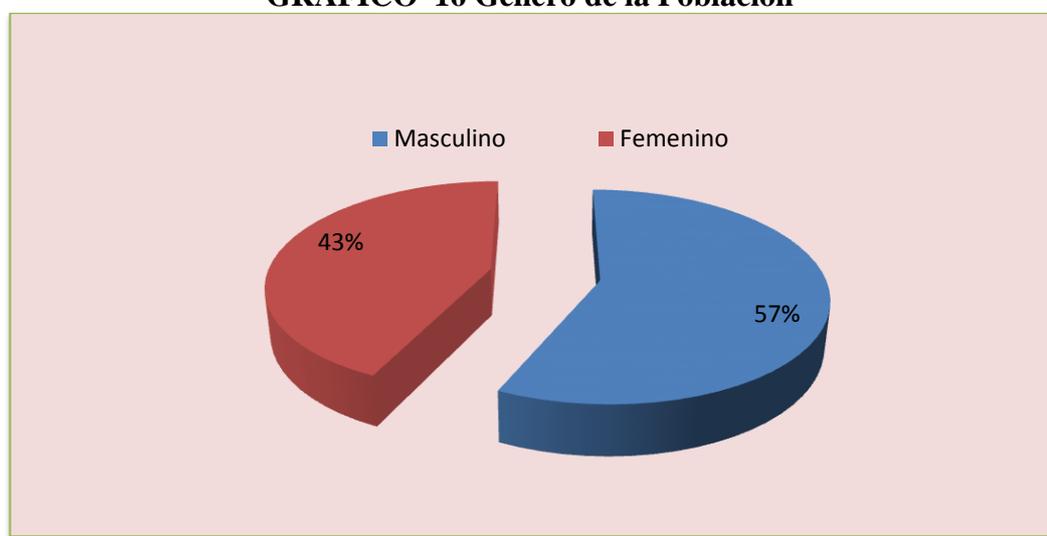
TABLA 16: Género de la Población

Género	Cantidad	Porcentaje
Masculino	90	56,96
Femenino	68	43,04
Total	158	100,00

Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 16 Género de la Población



Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

La población encuestada dentro de la comunidad abarca un 57% género masculino y un 43 % femenina. Según los datos obtenidos, los hombres alcanzan más de la mitad de las personas encuestadas y es que en una cultura como la ecuatoriana y sobre todo de las comunidades pequeñas, son ellos por su condición de “Macho” los que más se involucran en las actividades productivas. Sin embargo hay que resaltar el grado de participación que está teniendo las mujeres dentro de las actividades comunitarias. Este segmento corresponde a que ellas son jefes de familias y con grado de educación superior que hoy por hoy se involucran en las actividades de desarrollo local ejerciendo cargos en algún comité o simplemente administrando su propio negocio.

2. Rango de edad

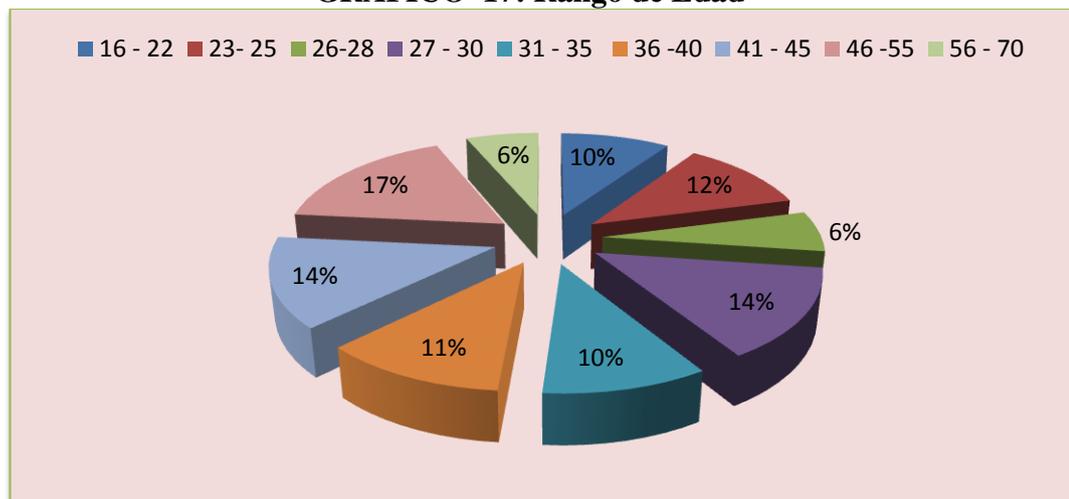
TABLA 17: Rango de Edad

Edad	Cantidad	Porcentaje
16 – 22	15	9,49
23- 25	18	11,39
26-28	10	6,33
27 – 30	22	13,92
31 - 35	16	10,13
36 -40	18	11,39
41 – 45	22	13,92
46 -55	27	17,09
56 – 70	10	6,33
TOTAL	158	100,00

Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 17: Rango de Edad



Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

La edad de los comuneros encuestados tiene como resultado un 6% para los rangos de entre 26 – 28 y 56 – 70 años; un 10% para los más jóvenes y el rango de 31 y 35 años, un 11% para el rango de 36 y 40 años; un 12 % para los de 23 y 25 años, seguido de un 14% para los rangos de 41 – 45 y 27 – 30 años; el rango más alto es decir un 17% es para las personas de entre 46 y 55 años como lo muestra el gráfico. De la misma manera que los turistas, a la hora de aplicar las encuestas, en la comunidad se tomó a los jóvenes a partir de los 16 años hasta los adultos mayores de 70 años ya que son ellos los que más elementos aportan a la investigación para una exitosa realización de la propuesta a desarrollar en el capítulo 4.

3. Nivel de educación de la población

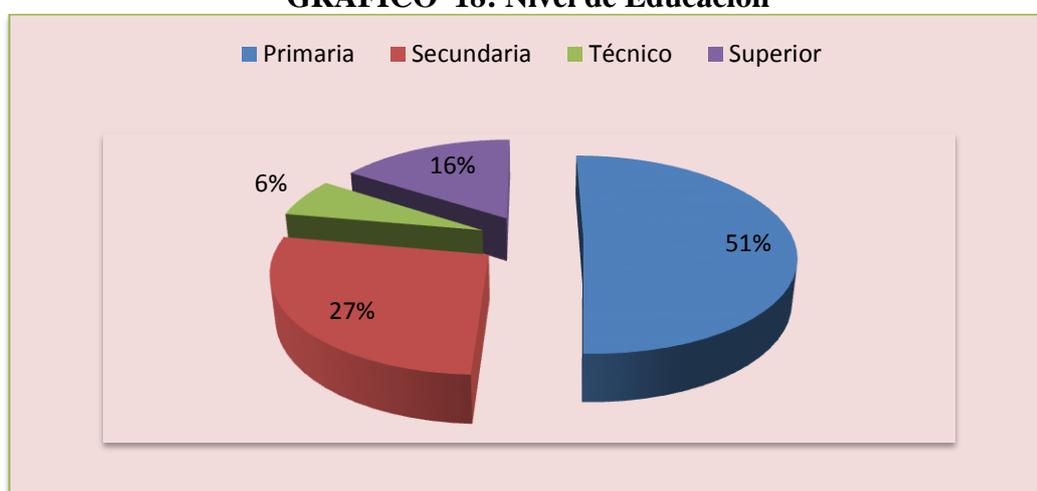
TABLA 18: Nivel de Educación

Educación	Cantidad	Porcentaje
Primaria	80	50,63
Secundaria	43	27,22
Técnico	10	6,33
Superior	25	15,82
Total	158	100,00

Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 18: Nivel de Educación



Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

Del 100% de los encuestados en Loma Alta, el 51% corresponde a personas que tienen un nivel de educación básico, seguido del 27% que abarca a la población secundaria, la educación superior alcanza un 16% y los técnicos sólo llegan a un 6%. El estudio realizado en la Comuna Loma Alta muestra claramente el alto grado de educación básica que posee la comunidad, a pesar de que el nivel de educación superior es mínima, sí, resulta gratificante conocer el alto porcentaje de personas que han obtenido una educación secundaria, lo que se convierte en una de las grandes fortalezas local, ya que se cuenta con personal calificado o por lo menos con otra visión de las cosas, los mismos que aportaron valiosas ideas para ejecutar de la mejor manera el proyecto de turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo en la comuna Loma Alta.

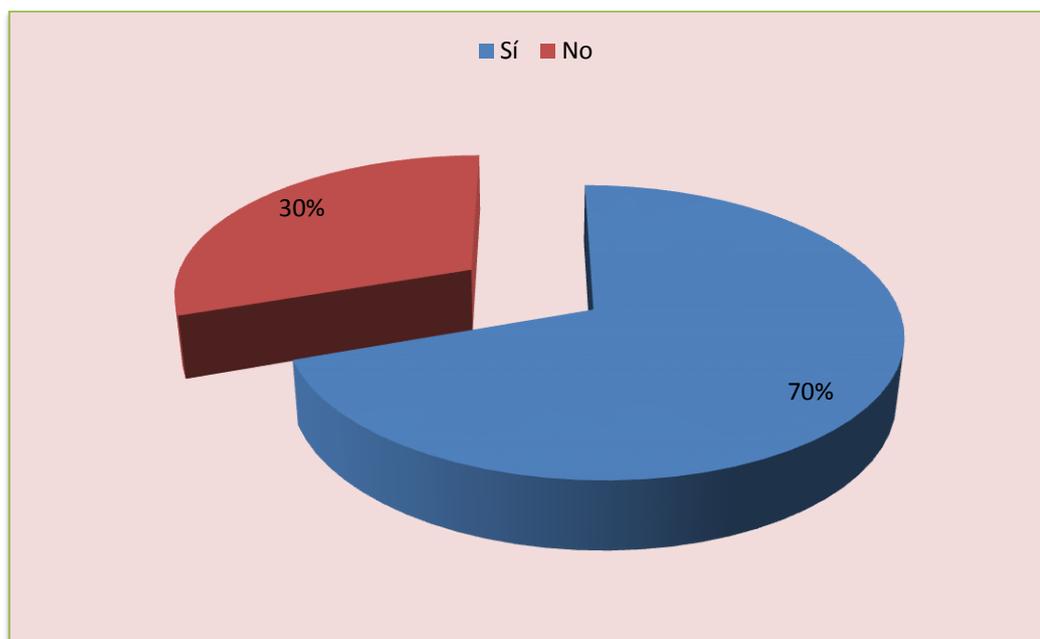
4. ¿Conoce usted los atractivos turísticos culturales de Loma Alta?

TABLA 19: Atractivos Turísticos

Atractivos Turísticos	Cantidad	Porcentaje
Sí	110	69,62
No	48	30,38
Total	158	100

Fuente: Encuestas a turistas (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 19: Atractivos Turísticos



Fuente: Encuestas a turistas (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

El 70 % de los encuestados afirma conocer los atractivos culturales que posee la comunidad, mientras que el 30 % restante los desconoce. Sin duda alguna, el éxito de todo proyecto, implica un alto grado de conocimiento de las actividades a emprender y el estudio realizado en la comuna afirma tal conocimiento de sus habitantes acerca de los recursos que posee por lo que con toda seguridad la propuesta a desarrollar logrará posicionar a la comuna como destino turístico cultural, toda vez que cuenta con el deseo y la predisposición de su población.

5. ¿Le gustaría que en la comunidad exista un sitio dedicado a las actividades recreativas?

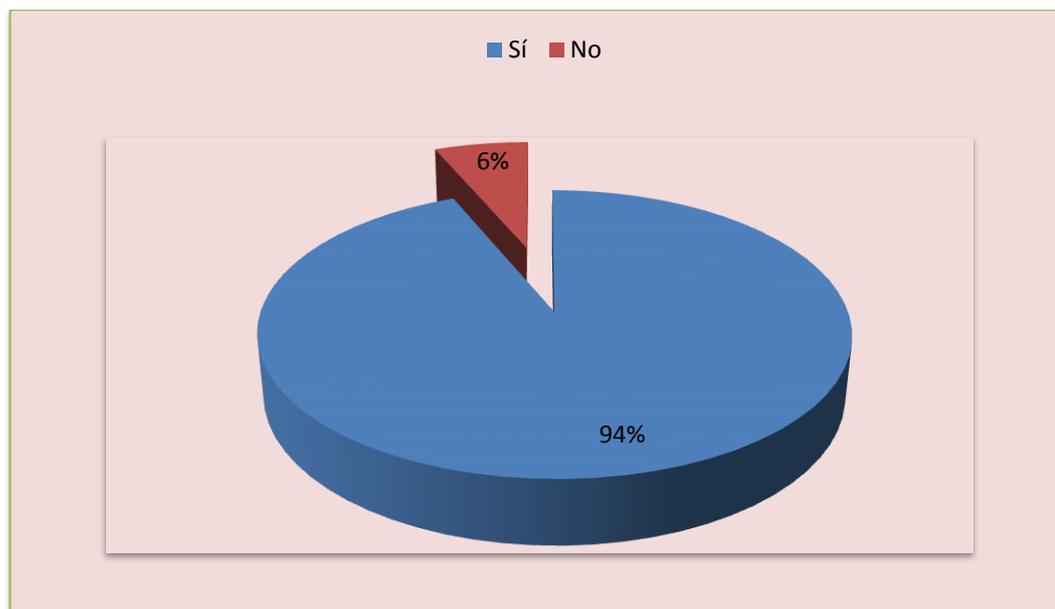
TABLA 20: ACTIVIDADES RECREATIVAS

Actividades Recreativas	Cantidad	Porcentaje
Sí	148	93,67
No	10	6,33
Total	158	100

Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 20: ACTIVIDADES RECREATIVAS



Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

Del 100% de los encuestados al 94% le gustaría que en la comunidad exista un sitio dedicado a las actividades recreativas y un 6% que no le interesa si existe o no. Como se puede observar una de las grandes aspiraciones de la comuna Loma Alta, es la necesidad de contar con espacios destinados a la recreación ya que esta ha sido una actividad a la que se le ha dado poca importancia por lo que se prevé tomarla en consideración, pues los comuneros como gestores de su desarrollo así lo requieren.

6. ¿Cree usted, que implementar un proyecto turístico cultural generará plazas de trabajo para los pobladores de la zona?

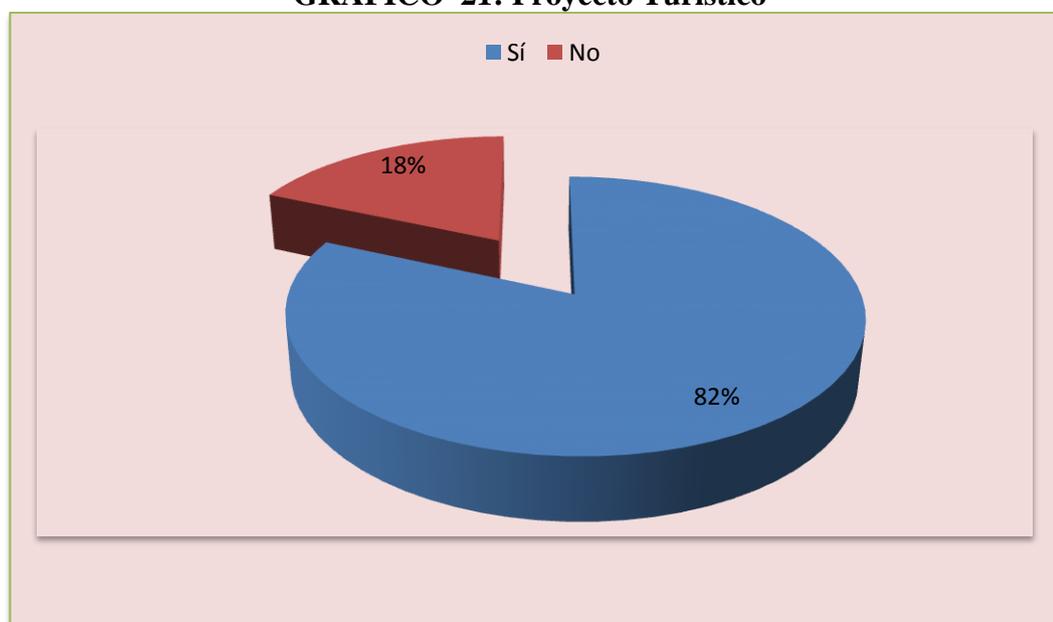
TABLA 21: Proyecto Turístico

Proyecto Turístico	Cantidad	Porcentaje
Sí	129	81,65
No	29	18,35
Total	158	100

Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 21: Proyecto Turístico



Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

El estudio realizado en la comuna Loma Alta da como resultado que un 82% de la población está de acuerdo que implementar un proyecto turístico cultural generará plazas de trabajo para los pobladores de la zona. Mientras que el 18 % cree que no será así. Al inquirirse a la población acerca de que implementar un proyecto turístico cultural generará plazas de trabajo para los pobladores de la zona, un amplio porcentaje ofrece respuesta positiva, de ahí la importancia de establecer el Turismo Cultural que genere en la comunidad fuentes de empleo e impida la migración de sus habitantes.

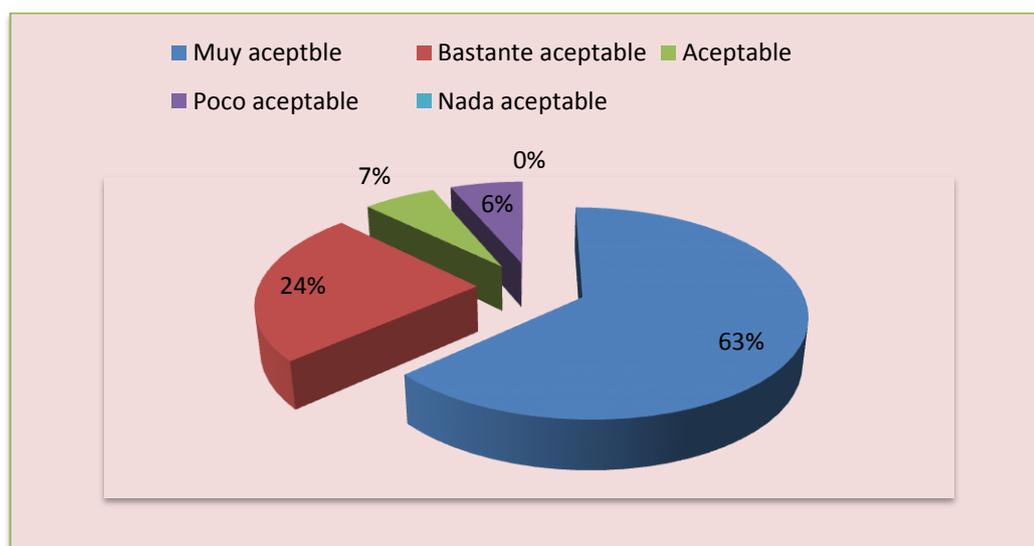
7. ¿Qué tipo de aceptación daría la comunidad a un proyecto turístico cultural en la zona?

TABLA 22: Aceptación del proyecto

Aceptación del proyecto	Cantidad	Porcentaje
Muy aceptable	100	63,29
Bastante aceptable	38	24,05
Aceptable	10	6,33
Poco aceptable	10	6,33
Nada aceptable	0	0
Total	158	100

Fuente: Encuestas a turistas (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 22: Aceptación del proyecto



Fuente: Encuestas a turistas (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

En base al estudio realizado se determina que un 63% da como muy aceptable a un proyecto de turismo cultural en la zona, mientras que para un 24 % sería bastante aceptable, mientras que para un 7 % sería aceptable y solo un 6% opina que sería poco aceptable. Como se puede contactar en el gráfico la opinión de la población se encuentra dividida respecto a la aceptación que se daría al proyecto turístico cultural, sin embargo debido al amplio margen que lo da como muy aceptable es que se hace necesario e importante desarrollar el turismo Cultural que garantice a la población la puesta en valor de sus recursos culturales

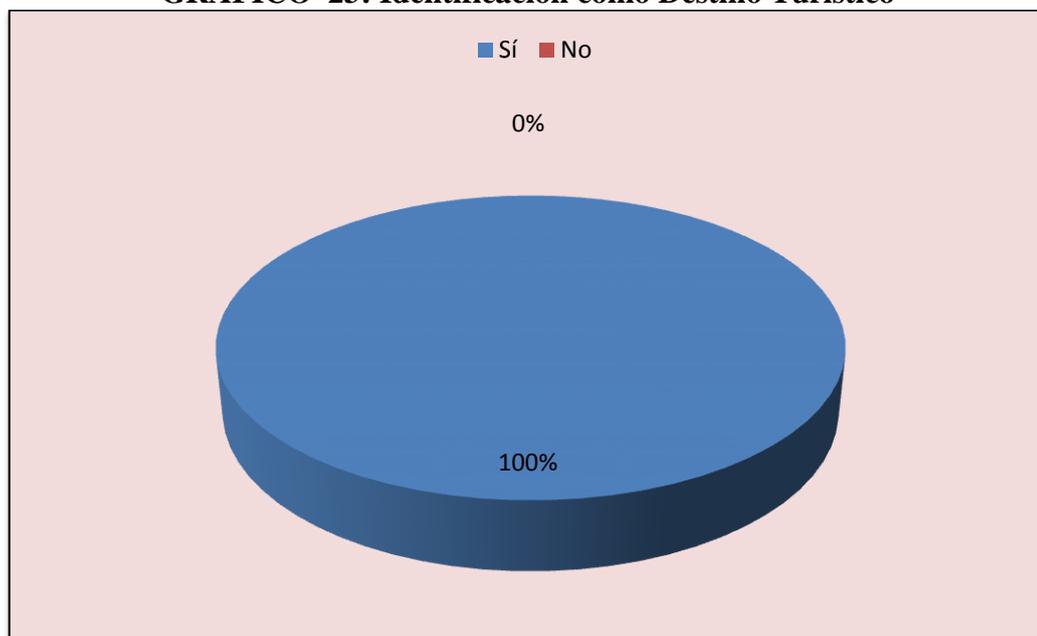
8. ¿Le gustaría que su comunidad sea identificada como destino turístico cultural?

TABLA 23: Identificación como Destino Turístico

Destino Turístico	Cantidad	Porcentaje
Sí	158	100
No	0	0
Total	158	100

Fuente: Encuestas a turistas (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 23: Identificación como Destino Turístico



Fuente: Encuestas a turistas (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

La tabla y el gráfico determinan que el 100% de la población encuestada le gustaría que su comunidad sea identificada como destino turístico cultural. El estudio realizado determinó el deseo de la población de ser identificada como destino turístico cultural, lo cual servirá como base para delinear las estrategias que contribuyan a su posicionamiento en el mercado y en la mente del consumidor.

9. ¿Estaría dispuesto a mostrarle a otras personas las costumbres y tradiciones de su comunidad?

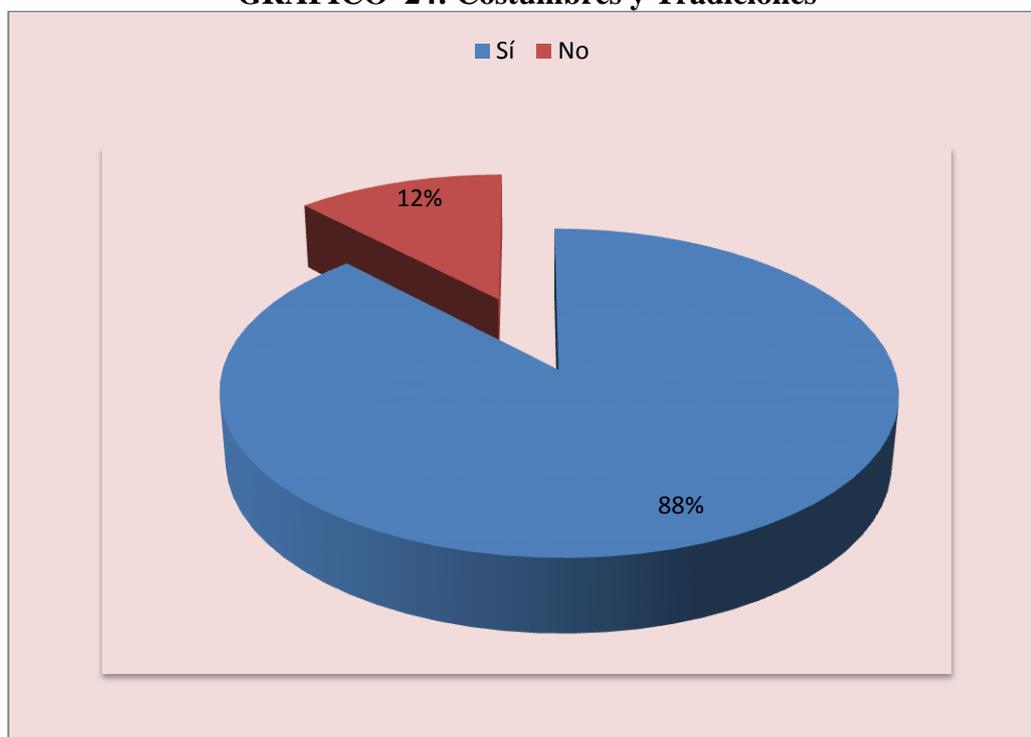
TABLA 24: Costumbres y Tradiciones

Costumbres y Tradiciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	139	87,97
No	19	12,03
Total	158	100

Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 24: Costumbres y Tradiciones



Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

De acuerdo con los datos obtenidos un 88% de la población estaría dispuesto a mostrar a los turistas sus costumbres y tradiciones mientras que un 12 % no está de acuerdo con ello. Es importante destacar la predisposición que tienen los habitantes de Loma Alta en mostrar sus costumbres y tradiciones a los turistas, lo que hace prever el éxito de la presente propuesta de turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo en la comunidad.

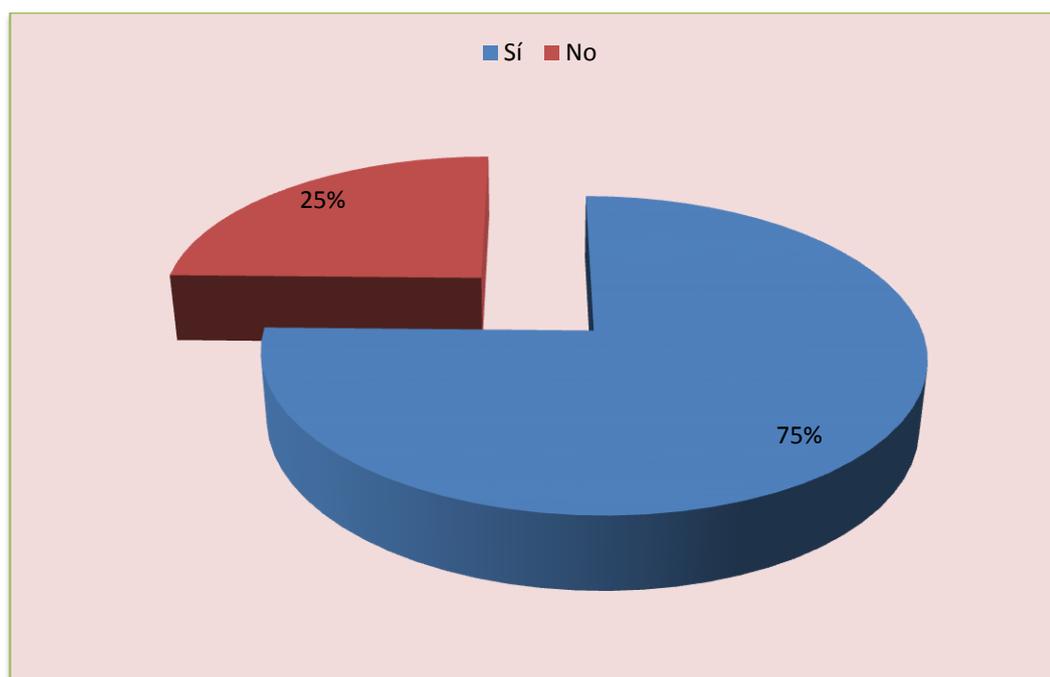
10. ¿Cree usted que a través del turismo se fomentaría el desarrollo de la comuna Loma Alta?

TABLA 25: Desarrollo del Turismo

Desarrollo del Turismo	Cantidad	Porcentaje
Sí	119	75,32
No	39	24,68
Total	158	100

Fuente: Encuestas a turistas (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 25: Desarrollo del Turismo



Fuente: Encuestas a turistas (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

La presente estadística determina que el 75% de la población cree que el turismo fomentará el desarrollo de la comunidad mientras que un 25% opina que no es así. De acuerdo a las estadísticas el turismo fomentará el desarrollo local por lo que representa un punto a favor de la propuesta de turismo cultural de desarrollo participativo en la comuna Loma Alta.

11. ¿Ha participado en algún proyecto cultural en su comunidad?

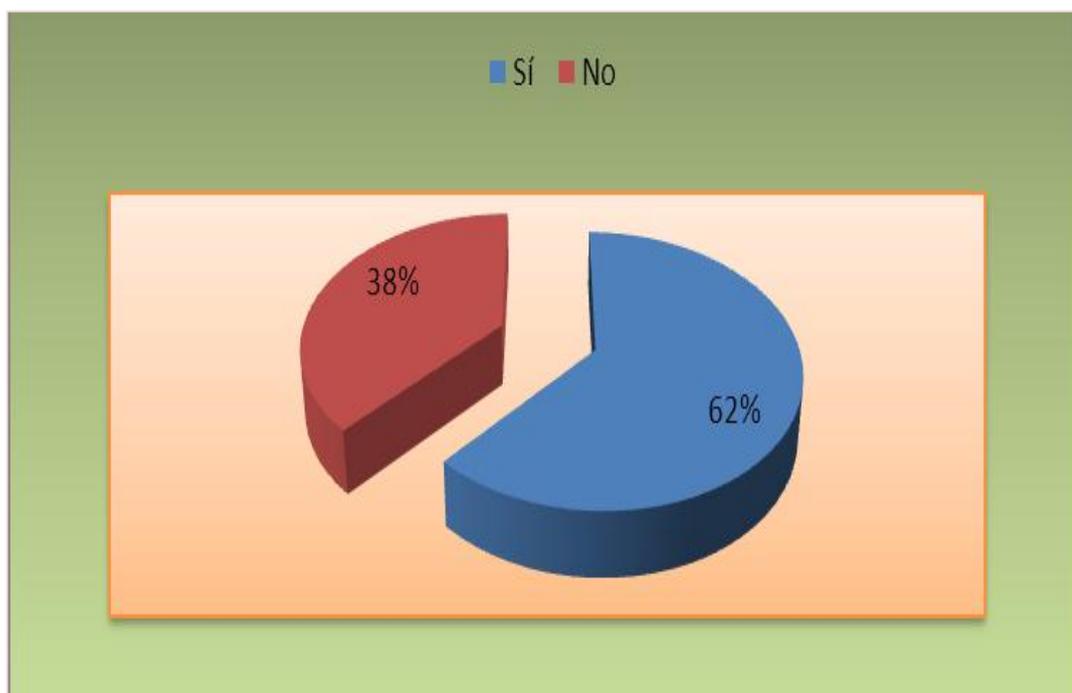
TABLA 26: Proyecto Cultural

Proyecto Cultural	Cantidad	Porcentaje
Sí	98	62,03
No	60	37,97
Total	158	100

Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 26: Proyecto Cultural



Fuente: Encuestas a turistas (2013)

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

De acuerdo con los datos obtenidos el 62 % de los encuestados afirma haber participado en algún proyecto cultural mientras que el 38% de la población no lo ha hecho. El hecho de que más del 50% de los encuestados afirmen haber participado en proyectos culturales, demuestra que en la comunidad existe alguna experiencia al respecto lo que contribuirá a desarrollar con éxitos la propuesta planteada en el presente estudio.

3.4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La propuesta planteada y desarrollada en el capítulo 4, es el resultado de una investigación sistemática realizada para este fin, de ello se desprenden las conclusiones y recomendaciones que se anotan en los numerales a continuación.

3.4.1. Conclusiones

- Como conclusión a la guía de observación se anota la falta de coordinación y liderazgo por parte de los actores locales determinados en el incumplimiento de algunas actividades.
- La comuna Loma Alta no está en capacidad de emprender por sí misma actividades turísticas, que requiere no solo de capacitación en las diferentes áreas, sino también recursos económicos, además de una buena planificación y desarrollo de proyectos turísticos, capacitación del recurso humano y la difusión de los recursos, entre otros.
- El turista que visita Loma Alta es de sexo masculino de un rango de edad entre 46 y 55 años mayoritariamente los mismos que posee un nivel académico alto.
- El principal motivo del viaje las da las vacaciones y los estudios que la comunidad les permite realizar en su área y principal medio de difusión para conocer la comunidad han sido los medios electrónicos y los amigos.
- Otro resultado alentador es el enorme interés que el turista por disfrutar nuevas alternativas turísticas que satisfagan sus necesidades de ocio y recreación por lo que proponen en primer plano las ferias gastronómicas y artesanales, así como las actividades recreativas que les permitan crear un vínculo de amistad con la comunidad.

- La aplicación de las encuestas aplicadas a la comunidad determinó que el nivel de educación de Loma Alta sigue siendo básico, sin embargo, el mínimo de profesionales es un punto a favor para el desarrollo de la propuesta. Otro punto a favor es el gran conocimiento que posee la comunidad de la existencia de sus recursos culturales por lo que le gustaría que en la comunidad existan un lugar destinado a la recreación.

- El estudio investigativo aplicado en la comunidad determinó que un amplio porcentaje está seguro que los proyectos turísticos generarán nuevas plazas de trabajo por lo que determina como muy aceptable la ejecución de dichos proyectos ya que contribuirán a identificar turísticamente a la comunidad y se muestran muy predispuesto a mostrar a los turistas las costumbres y tradiciones ya que como actividades turística fomentarán el desarrollo de la comunidad.

- En base al estudio realizado se concluye que la hipótesis planteada: La aplicación de estrategias de desarrollo participativo mediante programas integrales contribuirán al desarrollo del turismo cultural en la comuna Loma Alta se ha probado.

3.4.2. Recomendaciones

Del estudio realizado, los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas, entrevistas y observación directa y en base a las conclusiones anotadas se recomienda que sea necesario:

- Programar actividades de capacitación de liderazgo al cabildo comunal.
- Delinear un programa de capacitación en las diversas áreas turísticas para las personas involucradas en el quehacer turístico.
- Desarrollar un programa de capacitación para el cabildo en lo que respecta a planificación y desarrollo turístico.
- Realizar un programa de difusión de los recursos turísticos de la comunidad.
- Difundir los recursos turísticos de la comunidad a través de las relaciones personales y los medios electrónicos, para lo cual es necesario la creación de trípticos y una página web.
- Diversificar la oferta turística actual en base a la generación de actividades de recreación y aprovechar así la estadía de los visitantes.
- Realizar ferias artesanales y gastronómicas que permitan dar a los importantes recursos que posee la comunidad.
- Adecuar un espacio para la recreación de la comunidad y los visitantes.

CAPÍTULO IV

TURISMO CULTURAL COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO PARTICIPATIVO PARA LA COMUNA LOMA ALTA, PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013

4.1. PRESENTACIÓN

La presente investigación se desarrolló posterior a un estudio de campo para la cual se diseñó la metodología a aplicar a través de las guías de observación, encuestas y entrevistas analizadas en el capítulo anterior, y se sustenta en las normativas legales que rigen la actividad turística del país, especificadas en el capítulo I.

La propuesta de Turismo Cultural como estrategia de desarrollo participativo para la comuna Loma Alta, se plantea mediante el delineamiento estratégico que permita un desarrollo sustentable de las actividades turísticas culturales en la comunidad basadas en la formación del recurso humano, la gobernanza, la participación de sus habitantes y su interacción con el medio que los rodea estrategia de rescate cultural y la estrategia de marketing.

4.2. JUSTIFICACIÓN

La propuesta presentada a continuación, está basada en lineamientos estratégicos determinados en base a los estudios investigativos realizado en la comunidad, en la que se plantea modelos de desarrollo turístico cultural apoyado en la sustentabilidad ambiental, cuidando el entorno, haciendo uso del recurso humano con que cuenta para contribuir a minimizar la explotación de sus recursos

culturales de manera que se evite la aculturación de la comunidad, los impactos negativos que la actividad turística pueda ocasionar, dándole a las futuras generaciones la oportunidad de desarrollarse en un ambiente sano.

De ahí que para desarrollar la mencionada propuesta, en el presente capítulo se hace necesaria la participación local como ente conocedor de su problemática, que con su activa participación se convertirá en el factor de desarrollo local que su comunidad necesita, así mismo, es importante integrar a las organizaciones involucradas en el ámbito turístico de manera que juntos delinee las acciones a desarrollar en función de las normas legales establecidas, con miras a convertir a Loma Alta en un destino turístico cultural competitivo capaz de romper con la estacionalidad y satisfacer las necesidades del cliente y crear nuevas alternativas en pro de su desarrollo.

4.3. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

El diagnóstico es la herramienta que se utiliza en la comuna Loma Alta ya que a partir de su estudio se podrá determinar los actores locales, los recursos de la comunidad, la oferta, la demanda, entre otros, además de aportar información necesaria y de primera mano que permita identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la comunidad, así como también los elementos externos que pueden afectar el desarrollo de la propuesta, para plantear las estrategias de desarrollo que contribuyan a posicionar el turismo cultural en la comunidad y den solución a la problemática planteada.

4.3.1. La Oferta

Loma Alta posee una variada oferta de servicios aunque estos no cuentan con las técnicas que la actividad turística merece y exige, debido que los conocimientos que la comunidad posee sobre la gestión de los mismos lo ha ido aprendiendo con el tiempo, es decir que el conocimiento de la población es

empírico: es bien cierto que algunas instituciones han aportado con capacitaciones a la población, estas son mínimas y no se les ha dado el seguimiento necesario para que la población pueda desarrollar con éxitos la actividad.

La oferta turística que Loma Alta viene desarrollando desde 1997, es el eco turismo, turismo de estudio y científico, los estudios realizados en la zona de reserva determinaron su importancia debido a que alberga gran cantidad de flora y fauna únicas en la región.

Es importante resaltar que la actividad turística en Loma Alta no ha tenido los resultados que la comunidad esperaba debido a que los cabildos de turno le han restado importancia a la actividad. Pese a que la comunidad que turísticamente se ha desarrollado poco cuenta con una planta turística basada en:

- ♣ 1 Hostería ubicada a la entrada de la comunidad, con amplios espacios para desarrollar actividades recreacionales su costo es de \$ 5,00 por personas
- ♣ 2 hospederías comunitarias, estas se encuentran dentro de la comunidad y permiten al turista disfrutar su estadía en un ambiente familiar, su costo es de \$ 10,00 por persona e incluye alimentación.
- ♣ 2 casa de refugio, ubicadas y equipadas dentro del bosque para albergar a los turistas amantes de la naturaleza, estos tienen un costo de \$ 7,00 dólares por personas.

A demás de lo mencionado; Loma Alta cuenta con:

- ♣ 2 pequeños restaurantes, donde el cliente podrá saborear los más exquisitos platos de la gastronomía local, el costo varía entre \$ 1,50 a \$ 2,00 dependiendo del platillo que el cliente desee servirse.
- ♣ 4 bares

- ♣ 1 centro de información turística, ubicado a un costado de la casa comunal y diagonal a la biblioteca, es importante mencionar que este centro no cumple la labor para la cual fue creado. Es utilizado actualmente como oficina legal de la comuna.
- ♣ 10 guías turísticos: Loma Alta a raíz de la creación de su reserva pese al lento desarrollo de la actividad turística se ha preocupado por capacitar a su personal en actividades de guías a fin de contar con este recurso tan indispensable en el momento que lo requiera. El valor por los servicios del guía también varía de acuerdo recorrido, es decir que si la actividad se realiza dentro de la comunidad, el costo es de \$ 5,00; si por el contrario, la actividad se desarrolla en el bosque, el costo es de \$ 10,00 diarios.
- ♣ Guarda Parques: Loma Alta cuenta con un grupo de nativos cuya misión es resguardar las labores que se realizan en la comunidad, especialmente en la Reserva Comunal y notificar al cabildo cualquier anomalía.
- ♣ 2 Bibliotecas: Claude Nathan en Loma Alta y Larry Evereen en Suspiro: Loma Alta es una comunidad que parece haber pensado en casi todo, es así que cuenta con dos bibliotecas donde el turista amante de la lectura podrá recrearse y ampliar sus conocimientos ya que estas, cuentan con variedad de temas importantes capaz de suscitar la atención del cliente.

Sin embargo es necesario resaltar que la comuna deberá:

- ♣ Implementar, baterías sanitarias ya que estas no existen en la comunidad. solicitando apoyo a las diversas instituciones.
- ♣ Dotar del material necesario para primeros auxilios destinados expresamente a la atención del cliente. Para ello deberá solicitar el apoyo al centro médico del seguro social campesino.
- ♣ Ubicar cestos de basura en los lugares más concurridos de la comunidad ya que estos no existen, a fin de educar a la población en el manejo

adecuado de los desechos sólidos y brindar al turista una mejor imagen local.

Lo especificado, se determina en base al trabajo de campo realizado dentro de la comunidad con el fin de lograr un desarrollo exitoso del turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo, ya que mediante las investigaciones realizadas se pudo determinar que algunos necesitan ser reforzados y otros implementados en su totalidad.

4.3.2. La Demanda

La iniciativa conservacionista que tuvo la Comuna es la que sentó sus bases en la actividad turística ya que a raíz de la declaratoria de Bosque Protector y posterior creación de su Reserva, le abrió las puertas al mundo y al turismo, impulsando así la actividad eco turística, que se viene desarrollando desde 1997, la misma que se ha venido incrementando en el transcurso del tiempo, lamentablemente la comuna no cuenta con políticas integrales de desarrollo que impulsen la actividad turística de una manera organizada.

Gracias a la creación de su Reserva, la Comuna recibe año a año turistas a nivel nacional e internacional que vienen atraídos por la majestuosidad de su bosque, hasta aquí se desplazan grupos organizados al denominado evento “conteo navideño de aves” que se realiza todos los años en el mes de diciembre en el que las personas interesadas se inscriben al Club Observadores de Aves del Ecuador (COAE), en la página web de Birdlife international o en la Casa Comunal de Loma Alta. Por lo cabe anotar que el 60% de los turistas que llegan a Loma Alta, lo hacen de manera independiente y el 40% restante lo hace de manera organizada.

Cabe mencionar que el turista que ha visitado Loma Alta es en su mayoría

persona con un alto nivel económico y de educación con conocimientos en las áreas de ornitología, mamíferos y réptiles. El bosque de Loma Alta representa, además, un centro de investigación para jóvenes estudiantes de colegios y universidades de las provincias de Santa Elena y Guayas.

Es importante resaltar que en los últimos tres años a Loma Alta arriban grandes cantidades de personas en bus o en carros propios, motivadas por el deseo de adquirir nuevas experiencias y atraídos por las cristalinas aguas del río Valdivia que mantiene su caudal durante todo el año; actualmente el cabildo comunal está tomando acciones con miras a controlar la actividad en la zona y evitar la contaminación con los desechos sólidos producidos por los visitantes, es así que fijo una tasa de ingreso y entrega fundas de basura a todos los vehículos que ingresan al río como una forma de concienciar al visitante sobre la importancia de conservar el entorno.

Según datos proporcionados por el cabildo de la Comuna, en Loma Alta el flujo durante el 2010, ha sido notoria ya que ingresaron 350 turistas de los cuales 115 corresponden a extranjeros y 235 corresponden a turistas nacionales. El último dato que registró el cabildo durante el feriado de carnaval de Febrero del 2013, afirma que la demanda de Lunes a Viernes es esporádica y aproximadamente de 50 turistas, los días Sábados y Domingo es de 50 turistas diarios y 200 visitantes diarios en feriado, otro dato registrado es que los visitantes proceden en su mayoría de Salinas, La Libertad y Santa Elena. Además de estos, están los extranjeros cuyos lugares de procedencia son: Estados Unidos, Canadá y Francia.

El tiempo de estadía del turista varía de acuerdo al lugar de su procedencia, es así que un 60% prefiere recorridos cortos que duren un día, mientras que un buen porcentaje (30%) prefiere una estancia de 2 o 3 días y un bajo porcentaje (10%) considera que para conocer un lugar es necesario la convivencia con la comunidad, es por ello que prefieren las estadías más prolongadas.

Su gasto promedio varía entre 25 y 30 dólares. Entre las actividades que en Loma Alta llaman la atención del turista están: las visitas al bosque, la observación de aves, mamíferos y reptiles, cabalgatas, disfrutar de las cristalinas y relajantes aguas del río, convivir con la comunidad, entre otras.

Cabe destacar que las actividades mencionadas se realizan por lo general en el bosque a cuatro horas de la comunidad cuyo acceso es algo difícil, por lo que son actividades restringidas, es decir para personas jóvenes y de buena condición física, de allí es de dónde parte la idea de establecer nuevas experiencias que satisfaga las necesidades de otro segmento del mercado turístico, además de apoyar la revalorización y la puesta en valor de los recursos culturales de la comunidad mediante la aplicación de estrategias de desarrollo participativo que permitan establecer el turismo cultural en la comunidad.

4.3.3. Los Recursos Turísticos Culturales de Loma Alta

Para conocer los atractivos turísticos con que cuenta la comunidad se hizo necesaria una guía de observación e investigación de campo, la misma que contribuyó a determinar los recursos que podrían convertirse en un atractivo capaz de dinamizar la mencionada población y para ello fue necesario inventariarlos, evaluarlos y jerarquizarlos.

El mencionado trabajo de campo se efectuó en referencia a lo estipulado por el Ministerio de Turismo, lo que da la pauta para conocer el estado en que se encuentra el mencionado recurso con la finalidad de tomar las medidas pertinentes para su puesta en valor, las mismas que servirán de base para la elaboración de estrategias que permitan desarrollar el turismo cultural en Loma Alta. Es importante resaltar la colaboración del cabildo y la comunidad en el reconocimiento de los mismos, para lo cual se utilizó las fichas manejadas por el Ministerio de Turismo (ver anexo 2).

En base al estudio realizado se obtuvo como resultado que los recursos turísticos con que cuenta la comuna Loma Alta se los puede clasificar en Sitios Naturales, y Manifestaciones Culturales, cada uno con su tipo y subtipo, según corresponda tal como se los especifica en el cuadro siguiente. Cabe resaltar que luego de ser socializado con el cabildo y de haber verificado en el sitio mismo las características de cada atractivo, se procedió a seleccionar los de mayor relevancia ya que lo que se busca son sitios que puedan captar la atención de los visitantes y a la vez sea generador de recursos que contribuya a mejorar la calidad de vida de la comunidad.

Para implementar el turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo en la comuna Loma Alta se tomará la categoría 2 correspondiente a las manifestaciones culturales.

CUADRO 8: Categorización de Atractivos Culturales

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
Fiestas Patronales de La virgen de las Mercedes	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas Patronales	III
Las fiestas religiosas de San José	Manifestaciones culturales	Etnografía	Manifestaciones religiosas	III
Día de difuntos	Manifestaciones culturales	Etnografía	Tradiciones y creencias populares	II
El maco	Manifestaciones culturales	Etnografía	Tradiciones y creencias populares	II
Biblioteca Comunal	Manifestaciones culturales	Etnografía	Arquitectura Vernácula	II
Mal de ojo	Manifestaciones culturales	Etnografía	Tradiciones y creencias populares	II
➤ Caldo de gallina criolla ➤ Seco de pato	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Gastronomía	II
Artesanales	Manifestaciones culturales	Etnografía	Artesanías	IV
Producción Agrícola	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas, científicas y contemporáneas	Explotaciones agrícolas	III
Día del medio Ambiente	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Eventos	II
Campeonatos deportivos	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Eventos deportivos	III

Fuente: Diagnóstico (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

A continuación se detallan cada una de los atractivos culturales inventariados en la comunidad con el fin de dar a conocer las características de cada uno de ellos.

Las fiestas religiosas de San José: antiguamente se realizaba con lo que los creyentes católicos de la comunidad llaman “velorios”. Este consistía en rezar y realizar una procesión por las calles de la comunidad, alumbrados con velas de

cera, esta celebración estaba a cargo de una familia “dueña” de la imagen aunque según afirmaciones de la Señora María Magdalena Tomalá, “las fiestas de San José en homenaje al santo José Gregorio Hernández, fueron las primeras que se realizaron en Loma Alta, cada 19 de Marzo, hasta que el comité central de padres de familia de la Escuela de la Localidad denominara a la Virgen de las Mercedes como patrona de la comunidad religiosa de Loma Alta ”.

Actualmente la fe cristiana llevó a darle a uno de los barrios de la comunidad el nombre de “San José” el mismo que continúa la tradición de celebrarle al santo su día, con rezos al igual que antaño aunque más moderno, es decir que hoy a San José se le celebra con los tradicionales encuentros deportivos; reina, elegida entre las jóvenes del barrio y un baile público.

Fiestas Patronales de La virgen de las Mercedes: con profunda fe cristiana la Comunidad de Loma Alta celebra cada 24, 25 y 26 de septiembre desde 1968 una fiesta religiosa en honor a su patrona “Virgen de las Mercedes”. Esta celebración se origina con la llegada de los seminaristas, quienes en consenso general entre padres de familia, profesor de la Escuela y comunidad en general acuerdan que la mencionada virgen sea la patrona del lugar.

Actualmente se encarga de organizar las fiestas el comité pro- fiestas; éste, programa las actividades que se realizaran, la celebración tiene gran acogida por los devotos. Dichas fiestas se inician una semana antes con la novena, pregón, elección y coronación de la reina. La novena consiste en rezos en casas de las familias que invitan a la virgen a pasar un día con ellos, además se sirve aperitivos a los presentes de acuerdo a la tradición. En los días posteriores se realizan veladas artísticas, juegos deportivos, balconazo artístico, en la madrugada del 25 de septiembre se da el denominado albazo a partir de la 5 de la mañana, anunciando el inicio de las festividades, desfiles cívicos con disfraces y trajes típicos, quemas de castillo, vacas locas y juegos pirotécnicos. Las celebraciones concluyen con los juegos populares como parte de la tradición cultural de la

comunidad. Estos son: palo encebado, carreras de ensacados, ollas encantadas, atracones, torneos de medias y pañuelos, entre otros. Cabe resaltar que dentro de la comuna también se realizan otras fiestas de carácter religiosas como la de san Jacinto en la comunidad de Suspiro, el 15 de Agosto.

Gastronómicas: La gastronomía en Loma Alta es variada, La base de sus platos son las aves de corral como la gallina criolla, el pato, el chancho que aún se crece en los patios de las casas en toda la comunidad, alimentados con maíz que los agricultores cultivan en sus fincas. Algunos de estos platos que conforman la gastronomía de Loma Alta se sirven según la costumbre en épocas especiales, por ejemplo el arroz con pollo que se sirve en los cumpleaños, o cualquier otro tipo de evento.

El arroz con lenteja el día de difuntos, el arroz con leche, la natilla, los mismos que se comparten con los visitantes a la voz de “ángeles somos, del cielo venimos”.

Artesanales: Las artesanías que se realizan en Loma Alta, son objetos elaborados a mano por los artesanos de la comunidad de suspiro, la base principal es la tagua que los mismos artesanos extraen del Bosque. Su importancia radica en que debido a la calidad del producto son exhibidos en las grandes ferias que año a año se realizan en los Estados Unidos.

Además de la tagua, otro significativo recurso que actualmente está declinando y que merece la atención de todos son las artesanías de paja toquilla, entre las que se destaca el sombrero, mundialmente conocido como “Panamá Hat”.

Por tanto, con el desarrollo del turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo para Loma Alta se prevé la utilización de este medio como alternativa turística con la finalidad de rescatar esta importante actividad por el gran valor histórico y cultural que representa para el país y la comunidad local.

Tradición Oral: Mitos Muchos de los mitos y leyendas son universales por lo que para definir el producto histórico cultural de Loma Alta se anotaran los que tienen mayor relevancia para la comunidad.

El maco: en la comunidad escuchar “cantar” al maco, es un presagio de mala suerte, o muerte segura, por ello cuando hay un enfermo en el pueblo y esta ave canta la gente asegura que el enfermo morirá.

El mal de ojo: conocido en la comunidad como ojeado, se presenta con vómitos y diarreas, malestar en el cuerpo, para curarlo se ubica al curandero del pueblo para que le “sacuda” o le sobe y le pase el huevo. la sacudida y / o sobada se realiza con ramito o albahaca (no albahaca de comer), el ramito primeramente es asado luego frotado en el cuerpo del paciente durante tres días, para la albahaca en cambio se necesita “puro” para “sobar”, finalmente se frota el huevo por el cuerpo y se lo deposita en un vaso con agua, esto se realiza las veces que sean necesarias, es decir hasta que del huevo no salgan finos hilos que determinan la enfermedad.

Día de Difuntos: Este día representa también un mito no solo para la comunidad de Loma Alta, sino también para todos los católicos del mundo que creen que existe otra vida más allá de la muerte y en base a sus creencias realizan ofrendas a la memoria de sus muertos.

Costumbres y tradiciones: En la localidad aún se conmemora la fecha de los fieles difuntos, donde los pobladores les llevan flores a sus difuntos al cementerio, pero no las que eran elaboradas en papel en las respectivas casas sino las que adquieren en los mercados como flores naturales, esa es una manera en que se les rinde tributo.

También está la tradicional comida para esta época o los alimentos que se le sirven a los difuntos con comidas especiales para los niños el día 1 y el 2 de noviembre a los adultos donde se prepara natilla, pescado salado con plátano,

tambor de yuca, arroz moro, seco de pollo criollo, torta de maíz, arroz con leche y por supuesto no puede faltar el pan elaborado en horno de tierra, entre otras.

5 de Junio (Día del medio Ambiente): El día del medio ambiente se lo clasifica dentro de las manifestaciones culturales ya que en este día la comunidad realiza desfile cívico en el que participan la comunidad estudiantil con comparsas, exposiciones de carteles alusivos a la fecha, concursos, teatro, programado por las escuelas de la comunidad, luego de estos acontecimientos, el cabildo de la comuna ofrece un aperitivo a los participantes.

Campeonatos deportivos: Como en todas las comunidades, no puede faltar la organización de campeonatos deportivos, entre los clubes de la comunidad y de las comunidades vecinas. Este campeonato inicia a mediados del mes de Julio de cada año y finaliza el día 24 de septiembre, fecha en que se celebran las fiestas patronales de la Virgen de las Mercedes. En homenaje a ella, los jóvenes de Loma Alta año a año se esfuerzan por demostrar que son los mejores competidores, el campeonato deportivo es un acontecimiento que atrae no solo a la juventud sino también a todo público ya sea propio y/o extraño.

4.3.4. Actividades Complementarias

Para desarrollar el presente trabajo investigativo de turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo en la comuna Loma Alta, se apoyará en una serie de actividades complementarias, que con la activa participación de los involucrados tendrán el éxito esperado, estas alternativas son:

Visitas guiadas a los cultivos de paja toquilla, participar de la cosecha de la materia prima con la que se elabora los mundialmente conocidos Panamá Hat. Además se ofertarán eventos deportivos, ferias artesanales y gastronómicas, fiestas patronales, actividades lúdicas; cabalgatas por los alrededores del pueblo, se incluirán también caminatas por la comunidad donde el turista tendrá la

oportunidad de recrearse con su historia. Visitas a las plantaciones agrícolas y para los más intrépidos se ofertará actividades eco turísticas en la reserva ecológica de la comunidad.

4.3.5. Beneficiarios

Con el desarrollo y ejecución del presente proyecto se busca beneficiar directamente a los artesanos de las comunidades de Suspiro y Loma Alta, ya que la actividad turística contribuirá a abrir nuevos mercados y por consiguiente a ampliar sus productos, así como también a los prestadores de servicios de bares y restaurantes quienes a través de su activa participación y de la puesta en valor de los bienes y servicios que oferten serán las encargadas de difundir tanto a la comunidad como a los visitantes el legado cultural heredado de sus antepasados, de igual manera el comité de señora 8 de Marzos de la Comunidad de Suspiro.

Los beneficiarios indirectos serán los turistas, los dueños de transportes y la comunidad en general.

4.4. ATRACTIVOS DE MERCADO: POSICIÓN COMPETITIVA

4.4.1. Estrategia de Mercado

Para priorizar el segmento de mercado, se tomando como referencia el diagnóstico realizado en la comunidad Loma Alta y se determina que los atractivos que cuentan con una posición competitiva son: el turismo escolar, excursionista, el turismo de proximidad, el turismo gastronómico, el turismo cultural, el turismo de naturaleza, turismo vacacional y el turismo rural, especificado en el cuadro siguiente; para ello se utiliza la matriz de segmentos que los posiciona en jerarquía de 1 a 3 correspondiendo al 1; el nivel de jerarquía bajo; siendo 2, el nivel medio y correspondiéndole a 3 el nivel más alto.

La matriz de segmentos determina que el más competitivo en Loma Alta es el de naturaleza, seguido de los segmentos escolar y rural que si bien son segmentos aparte, se encuentran estrechamente vinculados al de naturaleza, al igual que los segmentos de excursionistas y el turismo de proximidad, detallados en el cuadro siguiente.

CUADRO 9: Atractivo - Posición Competitiva

<i>Segmento</i>	<i>Atractivo de mercado</i>	<i>Posición competitiva</i>
<i>Turismo escolar</i>	2	3
<i>Turismo de feria</i>		
<i>Excursionistas</i>	2	2
<i>Turismo de proximidad</i>	2	2
<i>Turismo de tercera edad</i>		
<i>Turismo vacacional</i>	2	1
<i>Turismo religioso</i>		
<i>Turismo de idiomático</i>		
<i>Turismo de crucero</i>		
<i>Turismo gastronómico</i>	1	1
<i>Turismo cultural</i>	1	1
<i>Turismo de sol y playa</i>		
<i>Turismo de naturaleza</i>	3	3
<i>Turismo rural</i>	2	3

Fuente: Diagnóstico (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

Bajo = 1 Medio = 2 Alto = 3

CUADRO 10: Segmento de Destino

POSICIÓN COMPETITIVA	ALTO		<i>Turismo escolar</i> <i>Turismo rural</i>	<i>Turismo de naturaleza</i>
	MEDIO		<i>Excursionistas</i> <i>Turismo de proximidad</i>	
	BAJO	<i>Turismo gastronómico</i> <i>Turismo cultural</i>		
	BAJO		Turismo vacacional	
		BAJO	MEDIO	ALTO
ATRACTIVO DEL MERCADO				

Fuente: Diagnóstico (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

CUADRO 11: Orientación Estratégica para cada Segmento

MERCADOS A PRIORIZAR	MERCADO A INVERTIR	MERCADO A DESARROLLAR	MERCADO A DESECHAR O COSECHAR
Turismo de naturaleza	Turismo escolar Turismo rural Excursionistas Turismo de proximidad Turismo vacacional	Turismo de feria Turismo cultural Turismo gastronómico Turismo religioso	Turismo de crucero Turismo idiomático Turismo de tercera edad.

Fuente: Diagnóstico (2013)
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

Estructurado el segmento destino, permite determinar qué tan posicionado se encuentra el atractivo en el mercado y qué tan competitivo es, lo que favorece la toma de decisiones para orientar las estrategias a seguir respecto a cada atractivo, es así que, la comuna Loma Alta debe priorizar su turismo de naturaleza, invirtiendo en: Turismo Escolar, Turismo Rural, Excursionistas, Turismo de Proximidad, Turismo Vacacional, ya que estos segmentos permiten el desarrollo de nuevas alternativas turísticas y contribuirán a un mejor posicionamiento en el mercado y en el gusto de los clientes.

Otro buen impulso para posicionar a Loma Alta como un destino turístico competitivo es a través la organización de Turismos de Feria, Turismo Cultural, Turismo Gastronómico y el Turismo Religioso; desechando aquellos en que definitivamente no se puede competir ya que no se cuenta con el atractivo o la infraestructura necesaria para desarrollarla como son: Turismo de Crucero, Turismo Idiomático, Turismo de Tercera Edad.

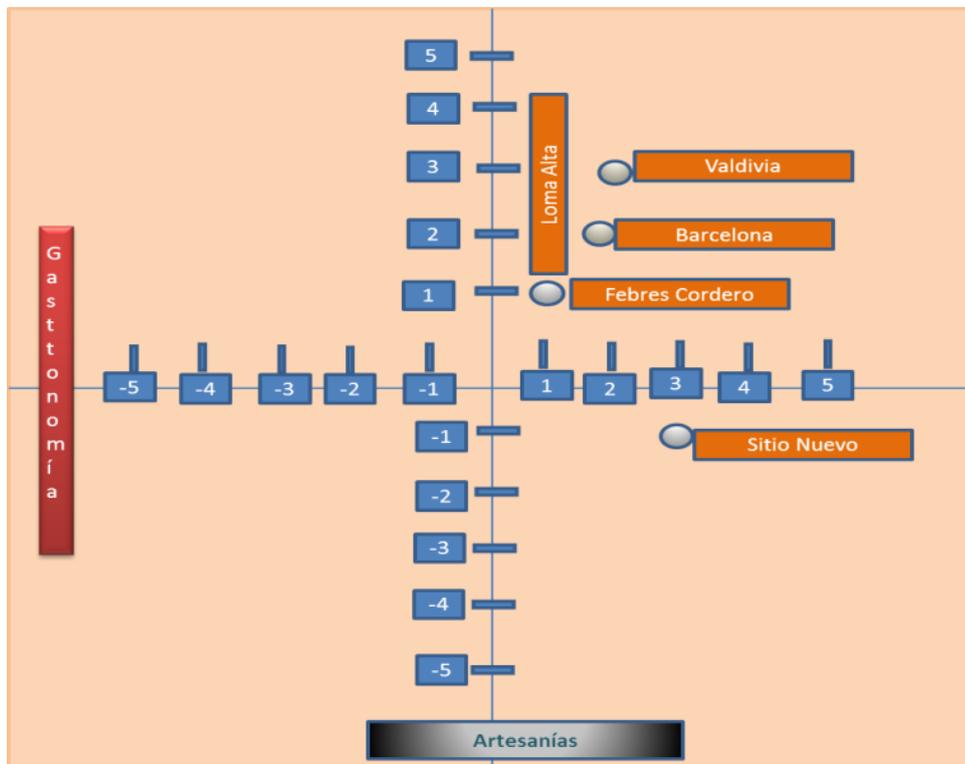
4.5. POSICIONAMIENTO DEL DESTINO EN EL MERCADO

CUADRO 12: Posición en el Mercado

DESTINOS	ATRIBUTOS	
	GASTRONOMÍA	ARTESANÍAS
LOMA ALTA	1	1
FEBRES CORDERO	1	1
VALDIVIA	3	2
SITIO NUEVO	-1	3
BARCELONA	2	2

Fuente: Parroquia Colonche
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

GRÁFICO 9: Mapa de Posicionamiento



Fuente: Matrices Estratégicas
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

Una vez realizado el respectivo análisis se establece el posicionamiento en que se encuentra el destino Loma Alta, determinando que:

- ❖ Loma Alta cuenta con una gran biodiversidad de flora y fauna que lo convierten en un lugar único, las especies de árboles y aves endémicas encontradas en la zona constituyen una gran ventaja ante sus similares y representan una importante oferta turística.
- ❖ En Loma Alta se refleja una baja posición competitiva, debido a que no cuenta con buena infraestructura de servicios básicos, diversificación de productos y otros servicios que contribuyan a mejorar la competitividad.

Una buena manera de posicionar a Loma Alta como destino turístico competitivo debería basarse en:

- Implementación de estrategias de marketing
- La realización de eventos culturales que rompan con la estacionalidad
- Representación de la gastronomía mediante la creación de un plato típico que caracterice las artes culinarias de la comunidad.
- Dirigir la oferta turística hacia otro segmento de mercado mediante la creación de nuevos productos.

Las anotadas son entre otras, algunas estrategias que se propone para el desarrollo del turismo cultural en Loma Alta

4.5.1. P.E.T.S.

Para establecer lineamientos estratégicos a fin de desarrollar actividades turísticas culturales, se hace necesaria la determinación de los factores externos que ya que su desconocimiento podría afectar el desarrollo del presente proyecto, por lo que se analizará en primer término el factor Político legal ya que de su conocimiento dependerá el correcto uso y aplicación de las leyes y reglamentos establecidos en la Constitución de la República, el Plan Nacional del Buen Vivir, el Ministerio de Turismo y Cultura. Buscando prever los posibles impactos ambientales, se toma en consideración también la Ley del Medio Ambiente, además se proponen algunas medidas de conservación para el desarrollo de la propuesta (numeral 4.7), al ubicarse, el desarrollo de la presente propuesta, en una comunidad pequeña como es Loma Alta, se contempla además lo estipulado en la Ley de Régimen de Comunas, detallados el capítulo 1, numeral 1.4.

En cuanto al factor económico, es necesario conocer en qué condiciones se encuentra la economía del país, ya que el potencial cliente del turismo Cultural de Loma Alta, es en su mayoría ecuatoriano, y como tal su economía es producto del comercio exportador y actualmente también del turismo que está aportando grandes rubros a la economía del país.

Lamentablemente las comunidades pequeñas como Loma Alta, basan su economía en los pequeños negocios que poseen algunas familias, de las producciones agrícolas, la cría de pollo, la elaboración de artesanías y la docencia, esto según referencia del cabildo comunal constituye el 60% de la población económicamente activa en Loma Alta.

De ahí que se prevé que el turismo cultural ampliará la actividad productiva en la comunidad, sobre todo de aquellos que se encuentran inmersos en el ámbito cultural.

En lo que respecta al factor social, es importante analizar los costos – beneficios, ya que el turismo podría convertirse en un arma de doble filo para la comunidad que debido a sus escasos recursos económicos podrían confundirse y anteponer el beneficio económico a la conservación de los recursos, es por ello que se hace necesaria la formación del recurso humano en la comunidad de manera que éste pueda hacer conciencia de los graves daños que se ocasiona, razón de más para desarrollar actividades culturales como estrategias de concienciación a la comunidad y al visitante de manera que se pueda ejecutar la presente propuesta basada en las normas legales que rigen la actividad.

El factor tecnológico, la tecnología actualmente representa el más moderno y rápido medio de difusión, a través de la tecnología se realizan un sin número de actividades ya que tienden a optimizar tiempo y recurso. Pese a ello Loma Alta, no cuenta con esta importante herramienta ya que no existe la cobertura necesaria para ello. Es importante resaltar que el 16% que corresponde al profesional y/o estudiante de nivel superior posee un computador y cuando la necesidad así lo requiere se traslada a las comunidades más cercana para hacer uso de la tecnología. Es significativo, además, resaltar que hace dos años la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (C.N.T.) instaló una antena en la población con la cual prevé dotar de este importante servicio a la comunidad, hasta la fecha sin mayores progresos.

4.5.2. Matriz D.A.F.O.

Para establecer el turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo en la comuna Loma Alta, fue necesario realizar primero un diagnóstico situacional en la comunidad que permitió conocer los hechos acontecidos en la misma, su evolución en el tiempo, los cambios positivos y negativos que han ocurrido a través del tiempo, así como priorizar las necesidades más urgentes de la comunidad y poder realizar una buena planificación que contribuya a resolver los problemas encontrados de manera que estos tiendan a brindar una mejor calidad de vida a sus habitantes.

En las mencionadas acciones se realizó el inventario turístico y el análisis D.A.F.O., en las cuales la participación de la comunidad fue elemental, ya que todos aportaron con ideas, determinando las debilidades y fortalezas de la comuna, así como también las amenazas y las oportunidades; la comunidad, además, propuso acciones y generó soluciones a los problemas encontrados, los mismos que se tomarán en consideración para elaborar la propuesta.

La comunidad, como gestora de su propio desarrollo participó en la toma de decisiones para en consenso delinear las medidas más pertinentes y lograr un desarrollo sostenible a largo plazo.

CUADRO 13: Matriz D.A.F.O.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ♣ Posee una reserva ecológica ♣ Cuenta con una riqueza cultural no desarrollada ♣ Posee un amplio y variado nivel de riquezas naturales (especies de flora y fauna endémicas) que le otorga un valor agregado al aspecto cultural ♣ Cuenta con un centro de información turísticas ♣ Posee cabañas para alojar a los visitantes ♣ Posee restaurante ♣ Población solidaria y hospitalaria ♣ Guías turísticos ♣ Personal capacitado para desarrollar actividades turísticas ♣ Predisposición de la comunidad para desarrollar actividades turísticas ♣ Cuenta con el apoyo de varias organizaciones. ♣ Posee senderos ecológicos ♣ Cuenta con personal bilingüe 	<ul style="list-style-type: none"> ♣ Promoción del patrimonio Natural y cultural ♣ Organizar el sector artesanal ♣ Reforzar la identidad local mediante el intercambio de experiencias ♣ Oportunidad para captar la inversión tanto nacional como extranjera ♣ Conservación de las tradiciones de la comunidad ♣ Capacitar a la población en diversas áreas ♣ Promover el trabajo equitativo, en igualdad de condiciones y oportunidades para producir bienes y servicios amparados en el Plan del buen vivir ♣ Desarrollar programas y proyectos encaminados a rescatar y promover los valores culturales ♣ Organizaciones estatales provinciales muestran interés en desarrollar proyectos turísticos culturales que promuevan las actividades recreacionales en familia.

	<ul style="list-style-type: none"> ♣ Crear nuevas alternativas turísticas, mejorando la calidad de vida de sus habitantes
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ♣ Poca promoción como destino turístico. ♣ Escasos recursos económicos para desarrollo turísticos ♣ Mal estado de las vías de acceso ♣ Difícil acceso a los atractivos turísticos naturales ♣ Escaso conocimiento de los pobladores en atención al turista ♣ Falta de concienciación y valoración del patrimonio cultural por parte de la población local ♣ Falta de planificación turística ♣ Falta de infraestructura para el ocio y la recreación. ♣ Desorganización de sus bases. 	<ul style="list-style-type: none"> ♣ Cambio en las políticas locales ♣ La falta de capacitación para enfrentar los fenómenos naturales y evitar riesgos. ♣ Ausencia de recursos económicos para mantenimiento de las actividades turísticas ♣ Falta de políticas locales que susciten la conservación de los recursos naturales y culturales ♣ Falta de empleo ocasiona migración de los jóvenes ♣ Pérdidas de la identidad cultural por costumbres introducidas ♣ Explotación indiscriminada de los recursos tanto naturales como culturales

Fuente: Diagnóstico Situacional
 Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

Una vez determinadas Fortalezas, Amenazas, Debilidades y Oportunidades de la comunidad, se busca las estrategias para el diagnóstico que contribuyan a la toma de decisiones y aplicación de acciones que permitan un desarrollo integral y sostenible. Con la aplicación del diagnóstico se determinó que la falta de políticas integrales de desarrollo que impulsen la actividad turística de una manera organizada y la deficiente organización de sus bases; son sin duda alguna los más graves problemas que debe enfrentar la comunidad ya que

pueden convertirse en una amenaza al desarrollo no solo de la actividad turística, sino a cualquier otra actividad que Loma Alta pretenda desarrollar, sin embargo se cuenta con la predisposición de muchos de sus pobladores para crear alternativas que contribuyan a diversificar las actuales, siempre en busca de un desarrollo integral y equitativo.

CUADRO 14: Estrategias F.O.D.A.

<i>FO</i>	<i>DO</i>
<ul style="list-style-type: none"> ♣ Organizar eventos, folklóricos, ferias artesanales y gastronómicas que permitan desarrollar la riqueza cultural reforzando así la identidad local ♣ Buscar el apoyo financiero de las organizaciones tanto estatales como privadas para organizar al sector artesanal ♣ Crear nuevas alternativas turísticas en la reserva ecológica a fin de crear nuevas fuentes de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> ♣ Hacer alianzas con organismos estatales para promocionar turísticamente a Loma Alta ♣ Aprovechar el difícil acceso a los atractivos turísticos naturales para crear nuevas alternativas turísticas que tiendan a mejorar la calidad de vida de sus habitantes. ♣ Capacitar a la población creando conciencia y valoración de su patrimonio natural y cultural reforzando así la identidad local ♣ Aprovechar el mal estado de sus vías para promover el trabajo equitativo, en igualdad de condiciones y oportunidad, organizando a sus bases ♣ Buscar financiamiento para crear infraestructura que permitan el ocio y la recreación
<i>FA</i>	<i>DA</i>
<ul style="list-style-type: none"> ♣ Crear políticas locales a fin de desarrollar actividades turísticas armónicas con el medio ambiente ♣ Diversificar la oferta turística a fin de evitar la migración de la población mediante la generación de empleos ♣ Utilizar el centro de información turística como sala de capacitación en diversas áreas 	<ul style="list-style-type: none"> ♣ Buscar fuentes de financiamiento para otorgar créditos a los comuneros e impulsar la economía local a través de nuevas alternativas ♣ Dictar talleres de capacitación que contribuyan al recate de la identidad local ♣ Establecer políticas de acción local que permitan desarrollar actividades turísticas históricas culturales de manera planificada ♣

Fuente: Trabajo de campo, comuna Loma Alta
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

4.6. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

4.6.1. Visión

La comuna Loma Alta promueve en sus recintos un Turismo Cultural a través de la aplicación de estrategias como la herramienta más importante que impulsa el desarrollo de la comunidad que aspira ser reconocida en un plazo máximo de cinco años como uno de los destinos turísticos culturales más significativos de la provincia de Santa Elena.

4.6.2. Misión

Promover el Turismo Cultural en Loma Alta como destino alternativo capacitando continuamente a sus habitantes ofreciéndoles las herramientas, conocimientos y lineamientos necesarios para ofertar un turismo cultural que contribuyan a afianzar los lazos familiares.

4.7. OBJETIVOS

4.7.1. Objetivo General

Establecer los lineamientos estratégicos que permitan la participación de la comunidad en el desarrollo de las actividades turísticas culturales.

4.7.2. Objetivos Específicos

- Delinear estrategias que permitan el desarrollo del Turismo Cultural
- Mejorar la gestión comunal mediante una guía propuesta de capacitación a los actores locales
- Rescatar los elementos culturales de la comunidad mediante su puesta en valor.

- Implementar estrategias de Marketing que permitan posicionar el Turismo Cultural en la comuna Loma Alta.

4.8. POLÍTICAS RECTORAS

La propuesta a diseñar contempla la aplicación de políticas que permitan impulsar la actividad turística cultural como estrategia de desarrollo participativo, las mismas que se anotan seguidamente.

- Hacer uso de los recursos culturales de la comunidad
- Generar medidas preventivas para la explotación de los recursos culturales
- Involucrar a la comunidad en los procesos de desarrollo
- Organizar Ferias gastronómicas y artesanales, así como también actividades de recreación
- Promocionar los recursos culturales de la comunidad

4.9. IMPACTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL TURISMO CULTURAL EN LA COMUNIDAD.

Sin duda alguna, el desarrollo del Turismo Cultural como estrategia de desarrollo participativo traerá consigo una serie de impactos tanto positivos como negativos que será necesario atenuar con medidas preventivas. Entre los posibles impactos positivos que generará la puesta en marcha del presente trabajo investigativo se estipulan las siguientes.

- **Impactos positivos**
 - ✓ Rompe la estacionalidad
 - ✓ Genera nuevas plazas de trabajo

- ✓ Genera recursos económicos
- ✓ Dinamiza la comunidad
- ✓ La comunidad revaloriza sus manifestaciones culturales
- ✓ Favorece el intercambio cultural
- ✓ Afianza los lazos familiares

➤ **Impactos negativos**

- ✓ Degradación de los recursos naturales y culturales de la comunidad
- ✓ Aumenta la generación de los residuos sólidos
- ✓ contaminación de las vertientes de agua
- ✓ Aumento del tráfico vehicular, como consecuencia la reducción de la calidad del aire e impactos en las vías de acceso a los atractivos.
- ✓ Rompe con la tranquilidad de la comunidad
- ✓ Cambia los hábitos de consumo de la población

Los anotados son algunos de los impactos tanto positivos como negativos que con seguridad provocará la puesta en marcha del presente estudio por lo que también se sugiere algunas medidas preventivas que tanto el cabildo comunal como los gestores del desarrollo locales y regionales deberán tomar en consideración para mitigar los efectos negativos.

➤ **Medidas preventivas**

- ✓ Educar a la población Local y al visitante.
- ✓ Especificar claramente al visitante sobre qué cosas están permitidas hacer dentro del área y qué, no.
- ✓ Ubicar carteleras informativas en lugares estratégicos en las que se informen sobre las reglas que se deben seguir dentro del área

- ✓ Colocar tachos para la recolección de desechos sólidos, en los sitios más concurridos.
- ✓ Evitar en lo posible el uso de vehículos

Realizando los recorridos a pie, a caballo o bicicletas dependiendo de la distancia y de las condiciones.

4.10. ESTRATEGIAS DE ACCIÓN

Las estrategias a desarrollar siguen los lineamientos establecidos y determina el cómo hacer, cómo ser mejor que la competencia, cómo ampliar la producción, entre otros aspectos, por lo que se determina las siguientes estrategias:

- ❖ Establecer convenios con: gobierno local, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales a fin de lograr financiamiento y capacitaciones para la comunidad que promuevan cumplimiento de los objetivos trazados. (Gobernanza y asociatividad)
- ❖ Elaborar talleres de capacitación (Formación del Recurso Humano)
- ❖ Incentivar la participación local (Estrategias de participación)
- ❖ Rescate de los elementos de la cultura popular
- ❖ Determinar estrategias marketing turístico, a fin de promocionar los recursos turísticos culturales de la comunidad.

4.10.1. Estrategias de Gobernanzas y Asociatividad

Estrategia 1

Nombre de la estrategia: Gobernanza y asociatividad

Objetivo

Establecer alianzas estratégicas con organismos públicos y privados que

contribuyan al desarrollo del turismo cultural en la comuna Loma Alta, mediante una correcta planificación de las acciones a desarrollar.

Descripción

El trabajo mancomunado de los actores turísticos y el compromiso de todas y cada una de las entidades públicas y privadas, así como también de la comunidad es lo que orientará las estrategias a aplicar con el fin de lograr en un futuro el desarrollo de las actividades culturales como producto turístico.

CUADRO 15: Líneas Estratégicas: Gobernanza y Asociatividad

LÍNEA ESTRATÉGICA				
ESTRATEGIA DE GOBERNANZA Y ASOCIATIVIDAD				
Estrategia	Actividades	Participantes	Presupuesto	Organismos de apoyo
1.1. Fortalecer el trabajo asociativo y la gobernabilidad entre la comunidad y los organismos públicos y privados	Establecer convenios con los gobiernos locales	Cabildo Comités de desarrollo	\$ 100	Municipio Junta Parroquial
	Fortalecer las organizaciones locales	Cabildo Comités de desarrollo	\$ 100	Municipio Junta Parroquial
1.2. Establecer convenios con: gobierno local, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales a fin de lograr financiamiento y capacitaciones enfocados a la gestión comunal	Establecer normas que rijan la actividad turística y mitiguen los impactos ambientales	Cabildo Comités de desarrollo	\$ 500	Ministerio de turismo Ministerio del Ambiente
	Fomentar el trabajo en equipo entre los actores locales	Cabildo Comunidad	\$ 100	Municipio
	Diseñar charlas de capacitación que permita al cabildo comunal mejorar la gestión administrativa.	Cabildo Comités de desarrollo	\$ 100	Municipio Ministerio de turismo

Fuente: Trabajo de campo, comuna Loma Alta
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

Mediante esta estrategia se busca establecer convenios de apoyo de las diversas instituciones que de alguna manera contribuyan a la realización del producto turístico cultural de Loma Alta.

Las entidades a las que se solicitará apoyo son: Casa de la Cultura Núcleo Santa Elena, Departamento de Turismo de la provincia de Santa Elena, Fundación People Allied For Nature, ya que son estas las que han comprometido su apoyo al desarrollo de la propuesta.

4.10.2. Estrategias de Formación del Recurso Humano

Estrategia 2

Nombre de la estrategia: Formación del recurso humano

Objetivo

Impulsar un programa de capacitación al recurso humano en la comuna Loma Alta, promoviendo la sensibilización a los importantes recursos culturales que posee.

Descripción

El recurso humano es uno de los factores claves del desarrollo, de su grado de formación dependerá el buen servicio que éste pueda brindar al cliente, además de su capacidad de gestión estribará el grado de desarrollo que alcance el destino. De allí la importancia de establecer actividades de formación de tan significativo recurso que permitirá ampliar las actividades productivas de la comunidad, haciendo uso de cuanto recurso posea.

CUADRO 16: Líneas Estratégicas: Formación del Recurso Humano

FORMACIÓN DEL RECURSO HUMANO Y SENSIBILIZACIÓN DEL DESTINO				
Estrategia	Actividades	Participantes	Presupuesto	Organismos de apoyo
1.1. Formación de promotores turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Charlas de Capacitación en Turismo Cultural • Charlas de Capacitación en administración • Charlas Sobre Reciclaje y Conservación • Charlas de Guianza • Talleres Sobre Atención al Cliente • Taller de Relaciones Humanas 	<p>Cabildo</p> <p>Guías nativos</p>	\$ 3000	<p>Municipio</p> <p>Junta Parroquial de Colonche</p> <p>Ministerio de Turismo</p> <p>Técnico en Turismo</p>
1.2. Formación a los servidores turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres de Capacitación en Higiene y Manipulación de Alimentos • Talleres Sobre Atención al Cliente • Taller Sobre Etiqueta y Protocolo 	<p>Cabildo</p> <p>Guías Nativos</p> <p>Dueños de Restaurante</p>	\$ 2.000	<p>Ministerio de Turismo</p> <p>Chef</p> <p>Ministerio de Cultura de la Provincia de Santa Elena</p>
1.3. Formación a emprendedores turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres Sobre Atención al Cliente • Talleres para el Manejo de Diferentes Materiales para Despertar la Creatividad de los Artesanos • Taller de Relaciones Humanas 	<p>Cabildo</p> <p>Artesanos</p>	\$ 2.000	<p>Municipio</p> <p>Ministerio de Cultura</p>

Fuente: Trabajo de campo, comuna Loma Alta
 Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

Tomando en consideración la situación geográfica de la Comuna y el desconocimiento de la población en diversas áreas, se hace urgente y necesaria la aplicación de talleres de capacitación que contribuyan no solo a integrar a la población en las actividades productivas sino que también orienten a la comunidad en el manejo adecuado de los proyectos de desarrollo más idóneos para ellos y sus familias.

Los talleres están orientados a la comunidad en general y sobre todo a aquellos que se encuentran inmersos en las actividades de desarrollo turísticas, los talleres serán dictados por profesionales en las diferentes áreas, para los cuales se realizarán convenios especialmente con la Universidad Estatal Península de Santa Elena, ya que dicha institución cuenta con personal capacitado para ello. La temática establecida para este efecto es la siguiente:

♣ **Turismo cultural**

- Turismo: Generalidades
- Clasificación
- Impactos positivos y negativos del Turismo Cultural
- Patrimonio cultural tangible e intangible
- La Cultura Popular Ecuatoriana
- Las manifestaciones Culturales del Ecuador.
- Elaboración de artesanías en tagua, paja toquilla
- El arte de transformar la materia prima en auténticas maravilla
- La tagua: cosecha, uso, transformación, procesos, acabados.
- Paja toquilla: cosecha, uso, transformación, procesos, acabados.

♣ **Higiene y manipulación de alimentos”**

- Clasificación de los alimentos
- Conservación y refrigeración de los alimentos

- Las frutas y vegetales: la mejor manera de alimentarse
- Tiempos de cocción.
- Temperaturas de refrigeración
- Contaminación y bacterias en los alimentos

♣ **Servicio y atención al cliente.**

- Concepción del “servicio y atención”
- Normas básicas de saludos
- El servicio personalizado
- Costos del servicio y los beneficios económicos

♣ **Etiqueta y protocolo**

- Normas básicas de etiqueta y protocolo
- Presentación y arreglo personal para eventos y ocasiones especiales
- Arreglo y preparación de mesas, platería, cubertería, cristalería.
- Decoración del local para las grandes ocasiones.

♣ **Relaciones humanas**

- El ser humano y la sociedad
- Reglas del juego
- La regla de oro
- Comportamiento en público
- Lo que expresan las actitudes

♣ **Guianza**

- Técnicas de guianza
- El guía profesional

- Inglés básico
- Primeros auxilios
- Practica de campo 1
- Práctica de campo 2
- Práctica de campo 3

Cada taller tiene una duración de 60 horas y el perfil del facilitador es Licenciado o Ing. en turismo, chef, y/o artesano según el requerimiento o la necesidad a fin de que la comunidad se capacite técnicamente de manera que pueda brindar un servicio con calidad, eficacia y eficiencia.

4.10.3. Estrategias de Participación

Estrategia 3

Nombre de la estrategia: Participación

Objetivo

Promover una amplia y significativa participación de los actores locales como la mejor herramienta que impulse desarrollo en la comuna Loma Alta

Descripción

Este tipo de estrategias permite a los actores sociales enfocar los problemas de la comunidad, plantear soluciones y lo más importante, tomar decisiones acerca de qué es lo mejor y más conveniente para ellos. La participación como herramienta de desarrollo fomenta el diálogo entre los actores sociales.

CUADRO 17: Línea Estratégica: Participación

LÍNEA ESTRATÉGICA/PROGRAMA				
ESTRATEGIA DE PARTICIPACIÓN				
Estrategia	Actividades	Participantes	Presupuesto	Organismos de apoyo
1.1.Sensibilización de la población	Promover la organización de los grupos locales en el desarrollo de la actividad turística-cultural	Cabildo Organizaciones locales	\$ 50	Empresa pública y privada
1.2.Convocatoria social	Integrar los grupos comunitarios de diferentes ideologías para el desarrollo de la actividad turística-cultural	Grupos locales Cabildo	\$ 50	Ministerio de turismo Municipio
1.3.Dinamización de la comunidad	Animación socio cultural	Comunidad Grupos Locales	\$ 100	Municipio
	Arte Folklore Animación			
1.4.Articulación social	Trabajo en equipo para conformación de grupos culturales	Comunidad Grupos locales	\$ 50	Cabildo
1.5.Formación para el diagnóstico	Diseño metodológico de trabajo	Cabildo organizaciones locales	S 100	Cabildo

Fuente: Trabajo de campo, comuna Loma Alta
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

4.10.4. Estrategia de Rescate de Elementos Culturales

Estrategia 4

Nombre de la estrategia: Rescate Cultural

Objetivo

Fortalecer los elementos de la cultura popular de Loma Alta mediante la aplicación de estrategias que contribuyan a su rescate y puesta en valor hasta convertirlo en el elemento turístico dinamizador de la comunidad.

Descripción

La comuna Loma Alta cuenta con importantes recursos culturales que merecen atención ya que en la actualidad, muchos de ellos se están deteriorando debido al desinterés de todos, no obstante se han convertido en significativos elementos que están contribuyendo a la dinamización de algunas comunidades en el país. De allí que para su rescate se propone la línea de acción estratégica desarrollada en el cuadro 18.

CUADRO 18: Línea Estratégica: Rescate Cultural

LÍNEA ESTRATÉGICA/PROGRAMA				
RESCATE CULTURAL				
Estrategia	Actividades	Participantes	Presupuesto	Organismos de apoyo
1.1. Rescate de tradiciones y costumbres de la comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> Charlas de concienciación Concursos sobre costumbres y tradiciones Premios a los participantes 	Cabildo Comunidad Grupos locales	\$ 600	Junta Parroquial de Colonche Casa de la Cultura Núcleo Santa Elena
1.2. Incentivar la práctica de actividades culturales en la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> Implementar espacios para las prácticas culturales en la comunidad Ampliar los actos culturales que se desarrollan en la comunidad. 	Cabildo Comunidad	\$ 600	Junta Parroquial de Colonche Casa de la Cultura Núcleo Santa Elena
1.3. Desarrollar festivales basados en la tradición oral y folklóricas	<ul style="list-style-type: none"> Organizar los grupos participantes. Proveer la vestimenta adecuada. Contratar profesor de baile. Establecer calendarios de actuación 	Cabildo Grupos participantes	\$ 1000	Ministerio de Turismo Junta Parroquial de Colonche Cabildo
1.4. Implementar proyectos de carácter cultural dirigido a niños	<ul style="list-style-type: none"> Establecer alianzas con los centros de educación básica de la comunidad. implementar actividades recreativas 	Cabildo Docentes Padres de familias	\$ 200	Ministerio de Educación Padres de familia Cabildo

Fuente: Trabajo de campo, comuna Loma Alta
 Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

Las estrategias a implementar para promover el rescate de los elementos culturales y apoyen la propuesta de Turismo Cultural de Loma Alta como estrategia de desarrollo participativo son entre otras las ya contempladas en las estrategias de formación del recurso humano, de participación y marketing por lo que no cabe mencionarlas, sin embargo es necesario hacer alusión a la participación de los más pequeños ya que representan un elemento importante para el desarrollo las actividades recreativas además de representar el elemento que con su actuación contribuirá a la incentivación de los adultos en el ámbito cultural.

4.10.5. Estrategias de Marketing

Estrategia 5

Nombre de la estrategia: Marketing Turístico

Objetivo

Implementar estrategias de marketing turístico con miras de alcanzar un importante posicionamiento del turismo cultural en la comuna Loma Alta.

Descripción

Un destino que no se promociona, no vende; es por eso que la comuna Loma Alta debe gestionar la consecución de los recursos económicos para implementar un agresivo programa de promoción realizando marketing directo, a través de trípticos, calendarios, entre otros, los mismos que llegarán al cliente por medio de las agencias de viajes, Ministerio de turismo, entre otros.

CUADRO 19: Estrategias de Marketing

LÍNEA ESTRATÉGICA/PROGRAMA				
Marketing del destino				
Proyectos	Actividades	Participantes	Presupuesto	Organismos de apoyo
1.1. Diseño de la imagen visual de la comunidad	Implementar talleres de participación de la comunidad para en consenso elegir el elemento más representativo para que sea la imagen visual del lugar	Cabildo Comunidad	\$ 100	Cabildo
	Elección del atributo a utilizar para el diseño de la imagen visual	Cabildo Comunidad	\$ 50	Cabildo
1.2. Publicidad y promoción del destino	Realizar alianzas con la radio Guiones para la radio	Cabildo Comunidad	\$ 720	Ministerio de Turismo Medios de difusión radial
	Establecer convenios con Ministerio de Turismo	Cabildo Comunidad	\$ 50	Municipio
	Realizar alianzas con tour operadoras	Cabildo Ministerio de Turismo	\$ 50	Municipio
1.3. Diseño del material publicitario	Estructurar el material publicitario	Cabildo Diseñador grafico	1500	Municipio
	Distribución de folletos, trípticos, calendarios, entre otros para promocionar la comunidad	Cabildo	\$200	Cabildo
1.4. Organizar ferias de interés turísticos	Organizar ferias agrícolas	Cabildo Asociación de agricultores Comunidad	14000	MAGAP
	Organizar ferias gastronómicas	Cabildo Comunidad Dueños de Restaurantes	14000	Municipio Ministerio de cultura
	Organizar ferias artesanales	Comunidad Cabildo Artesanos	14000	Ministerio de turismo

Fuente: Trabajo de campo, comuna Loma Alta
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

Las estrategias de marketing para promocionar el producto Turismo cultural de Loma Alta como estrategia de desarrollo participativo son las siguientes:

- Estrategias de promoción
- Estrategias de publicidad
- Paquetes turísticos

4.10.6. Estrategia de Producto, Promoción y Publicidad

Las estrategias de promoción y publicidad se realizan con la finalidad de dar a conocer el producto y captar la atención del cliente para ello se efectuarán: Publicidad, Promoción de ventas y Marketing directo.

4.10.6.1. Estrategia de Producto

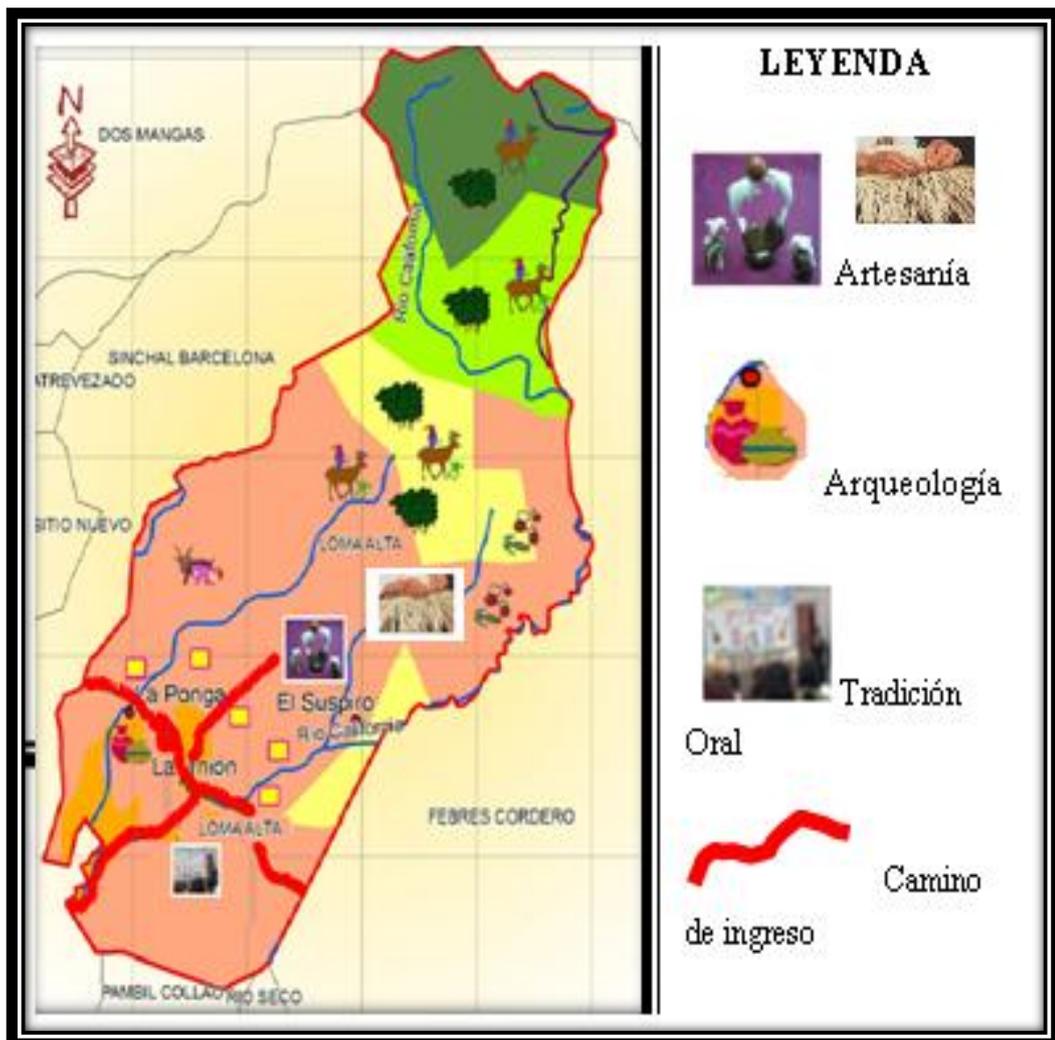
El producto que se ofertará tiene carácter intangible, debido a que lo que propone son estrategias para el desarrollo del turismo cultural, no obstante la comuna posee un sin número de recursos que bien promocionados pueden contribuir a posicionar a la comunidad como destino turístico cultural y se detallan en el mapa 2. Los mismos que se pueden complementar con la actual actividad ecoturística que realiza la comunidad desde 1997.

Lo que hace de Loma Alta un lugar competitivo diferente es la enorme diversidad de los recursos tanto naturales como culturales que posee, el reconocimiento internacional en base a su labor conservacionista, sus artesanías de tagua, la amabilidad de su gente, la iniciativa y participación local. Grupos legalmente organizados que respaldan el desarrollo del presente diseño de producto con la finalidad de lograr los objetivos planteados.

Como alternativa o complemento de desarrollo que se propone son: Participar activamente del proceso previo a la elaboración del sombrero como la limpieza, cocción y secado de la paja; visitas guiadas a los cultivos de paja toquilla, participar de la cosecha de la materia prima.

Además de las alternativas propuestas se ofertarán eventos deportivos, ferias artesanales, eventos folklóricos, fiestas patronales; cabalgatas por los alrededores del pueblo, se incluirán también caminatas por la comunidad donde el turista tendrá la oportunidad de recrearse con su historia.

FIGURA 10: Actividades Culturales



Fuente: Biblioteca de Loma Alta

4.10.6.2. Estrategias de Promoción

Las estrategias a desarrollar para la promocionar el turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo propone la dos tipos de paquetes turísticos que se ofertarán al visitante además de :

- ✧ Descuentos especiales para grupos de 8 personas
- ✧ Obsequios elaborados en tagua y paja toquilla
- ✧ Dos por uno
- ✧ Descuentos para niños y adultos mayores
- ✧ Cócteles de bienvenida
- ✧ Promociones especiales cada trimestre (diversificación)

FIGURA 11: Estrella Solitaria

Paquete 1
"La estrella solitaria"
Duración: 1 día
NOTA: Traer vestimenta y zapatos cómodos

Actividades

Recorrido por los alrededores de la comunidad.
Charla histórica cultural de Loma Alta en la biblioteca.
visita a la iglesia para conocer la historia que se teje en torno a su creación y posterior denominación de la virgen de las mercedes como patrona de la comunidad..

Almuerzo

- Visita al taller de tejidos
- Tardes lúdicas
- salida

Todo incluido

\$ 25,00 por persona
Para niños y estudiantes: precios especiales

Fuente: Estrategia de promoción
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

FIGURA 12 Ruta Mágica

Salida desde Loma Alta a Suspiro

- ❖ **Día 1**
- ❖ Charla Histórica cultural de la comunidad, en la biblioteca
- ❖ Participar del proceso de cocción de paja toquilla y elaboración del sombrero
- ❖ Recorrer los alrededores de la Comunidad y participar de actividades cotidianas

\$ 50,00 por personas

- ❖ **Almuerzo**
- ❖ Descanso en el río
- ❖ **Tarde**
- ❖ Participar del proceso de elaboración de artesanías de tagua.
- ❖ Cabalgata por los alrededores (opcional)
- ❖ Disfrutar de un encuentro deportivo femenino

2 días y una noche

- ❖ **Regreso**





- ❖ **Noche**
- ❖ **Cena**
- ❖ Descanso en cabaña de Loma Alta
- ❖ Noches de leyendas, amorfinos y folklore
- ❖ **Día 2**
- ❖ Visita los alrededores de la comunidad y Participar de las Actividades cotidianas
- ❖ **Refrigerio**
- ❖ Tardes Lúdicas, concursos y grandes premios
- ❖ almuerzo de despedida
- ❖ regreso



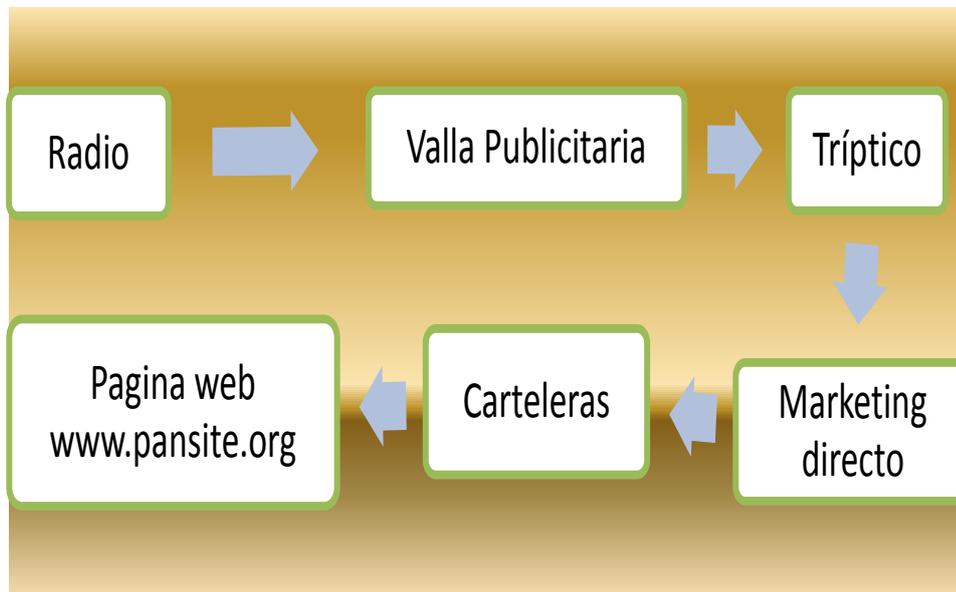
¡HERMOSOS OBSERVAMOS!

Fuente: Estrategia de promoción
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

4.10.6.3. ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD

Para promocionar el proyecto turístico cultural de Loma Alta se utilizarán los medios que se detallan a continuación, ofertando además la amplia gama de actividades culturales que brinden alternativas nuevas y diferentes al cliente más exigente y contribuyan a romper con la estacionalidad.

FIGURA 13: Medios Publicitarios



Fuente: Medios Publicitarios
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

❖ RADIO

La radio sigue siendo en la actualidad un medio de difusión masiva muy importante y económica que llega a los lugares más recónditos del país, por lo que se distingue como uno de los medios publicitarios que apoyará las diversas actividades culturales a realizarse durante todo el año en la comunidad.

La pauta publicitaria diseñada para la radio es la siguiente:

FIGURA 14: Publicidad Radial

**¡Ven a Loma Alta y Contágate de la magia de esta tierra de tradiciones,
que paso a paso te ofrece satisfacción
al estilo 3X. eXperiencia, eXelencia y eXclusividad,!**

Fuente: Medios Publicitarios
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

❖ VALLAS PUBLICITARIAS

Las vallas publicitarias, pese a su costo son muy utilizadas ya que contribuyen a vender más debido a que sus diseños crean expectativas en el cliente y muestran imágenes del producto. Las vallas a utilizarse tendrán una dimensión de 3 metros de largo por 1 metro de ancho y estarán ubicadas: una a la altura del Kilómetro 1, en la ruta de acceso al cantón Santa Elena, otra a la entrada principal de la comunidad de Ayangue, finalmente, la tercera se ubicará en la intersección que divide la ruta del Spondylus a la altura de la comunidad de Valdivia.

GRÁFICO 27: Valla Publicitaria



Fuente: Medios Publicitarios
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

❖ WEB

El turismo cultural de Loma Alta como estrategia de diversificación de su actual oferta turística será promocionado a través del más moderno medio publicitario como es la Página Web para ello se diseñará un modelo adecuado para la ocasión.

GRÁFICO 28: Página Web



Fuente: Medios Publicitarios
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

❖ CARTELERA DE EVENTOS

Las carteleras se utilizarán internamente para dar a conocer los acontecimientos de la comunidad, enfocados al desarrollo del Turismo Cultural, se la ubicará una semana antes del evento a la entrada de la casa comunal así como en lugares estratégicos de las comunidades de La Unión, La Ponga y Suspiro. Es importante resaltar que se plantea la idea de programar tres ferias artesanales y gastronómicas en el año. La finalidad de estos eventos es integrar tanto a la población local como a las comunidades aledañas como otra forma de promocionar el producto a ofertar.

FIGURA 15: Festival Folklórico



Fuente: Medios Publicitarios
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

FIGURA 16: Feria Artesanal



Fuente: Medios Publicitarios
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

❖ TRÍPTICO

Los trípticos representan otro medio de difusión, el diseño corresponde a los diferentes componentes de la cultura local, además hacen alusión a los rasgos más sobresalientes del producto que se oferta como también información relevante de la comunidad, los contactos y números de teléfonos así como también la información que orienta al turista sobre cómo llegar a la comunidad y qué actividades puede realizar.

FIGURA 17: Tríptico

ALTERNATIVAS CULTURALES

La mejor alternativa para disfrutar del tiempo libre y en familia



LEYENDA

- Artesanía
- Arqueología
- Tradición
- Ojal
- Camino de ingreso

CONTACTOS
 0994567836—0994323217
 Teléfono: 042956765
 Fax: 042657800

UBICACIÓN

El presente trabajo investigativo se desarrollará en la comuna Loma Alta a 55,8 Km al norte de la Provincia Santa Elena, a Km 42 de la Comuna Valdivia y a 13 Km al sur de Manglaralto. Geográficamente está situada a 1°53 minutos de latitud sur y 80°25 de longitud oeste, es conocida por su bosque húmedo en la parte alta de la Cordillera Chongón Colonche, a casi 400 metros sobre el





TIERRA DE MAGIA



Y TRADICIONES

Para los amantes de la cultura, Loma Alta le ofrece variedad, calidad y excelencia




Ven y disfruta con nosotros experiencias únicas



visita Loma ALta

Paquete 1
 "La estrella solitaria"
 Duración: 1 día
 NOTA: Traer vestimenta y zapatos cómodos

Actividades
 Recorrido por los alrededores de la comunidad.
 Charla histórica cultural de Loma Alta en la biblioteca.
 Visita a la iglesia para conocer la historia que se teje en torno a su creación y posterior denominación de la virgen de las mercedes como patrona de la comunidad.

Almuerzo

- Visita al taller de tejidos
- Tardes lúdicas
- salida

\$ 25,00 por persona
 Para niños y estudiantes: precios especiales

Todo incluido

Aprovecha nuestras ofertas especiales

Como llegar?

Usted podrá trasladarse mediante los medios de transporte:

- ♦ Cooperativa Manglaralto,
- ♦ CITUP,
- ♦ 2 de Noviembre

♦ Recorrido desde La Libertad a Loma Alta y viceversa cada 30 minutos

♦ Pasaje bus \$ 1,25

♦ Moto \$ 0,50 desde Barcelona



Teléfono: 042956765
Fax: 042657800

Fuente: Medios Publicitarios
 Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

MARCA TURÍSTICA: Loma Alta, magia y tradición

Slogan: La cultura: aquí se vive mejor

Logo



DESCRIPCIÓN:

Manos: estrategia de participación



El halcón: representa la diversidad de aves que posee la comunidad y por que es el mejor representante de la tradición oral de la comunidad.



4.11. EVALUACIÓN

Para evaluar los resultados se plantea un monitoreo trimestral mediante el cual se podrá determinar el antes y el después de la puesta en marcha de la propuesta, para el monitoreo se seleccionará personal de la comunidad con capacidades y habilidades para desarrollar dicha labor. Otros puntos importantes que se determinará con el monitoreo será, la atención al cliente, la generación de empleos, entre otros. Tanto la evaluación como el monitoreo son importantes de realizar ya que mediante su aplicación se establecen las falencias y los correctivos a seguir para evitar que este sea un proyecto más que se derrumba por la falta de control.

4.12. PRESUPUESTO

Los desembolsos para el desarrollo de la presente propuesta se realizarán de acuerdo a las necesidades del proyecto durante un lapso de 5 años que se prevé la duración del mismo. A continuación el detalle el presupuesto por componente.

TABLA 27: Componente 1

GASTOS DE LOGÍSTICA	
DESCRIPCIÓN	RUBROS
Materiales y suministros para reuniones	\$ 800
Impresora, computadora	\$ 750
Copias	\$ 200
Fotografías	\$ 100
SUBTOTAL	\$ 1.850

Fuente: Valores referenciales
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

TABLA 28: Componente 2

GASTOS DE GESTIÓN Y MOVILIZACIÓN (GOBERNANZA Y ASOCIATIVIDAD)	
DESCRIPCIÓN	RUBROS
Gastos de transporte hacia la comunidad de Loma Alta	\$ 400,00
Gastos de transporte hacia las organizaciones con las que se establecerá alianzas y convenios de cooperación	\$ 500.00
SUBTOTAL	\$ 900,00

Fuente: Valores referenciales

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

TABLA 29: Componente 3

GASTOS DE CAPACITACIÓN (FORMACIÓN DEL RECURSO HUMANO)	
DESCRIPCIÓN	RUBROS
Honorarios simbólicos para capacitadores	\$ 5.000.00
Materiales: hojas, carpetas, bolígrafos, y demás materia prima para desarrollo de los talleres	\$ 1.000.00
Aperitivos para servirse a asistentes de los talleres de capacitación	\$ 1.000.00
SUBTOTAL	\$ 7.000.00

Fuente: Valores referenciales

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

TABLA 30: Componente 4

GASTOS DE PARTICIPACIÓN COMUNITARIA	
DESCRIPCIÓN	RUBROS
Sensibilización de la población	\$ 50,00
Convocatoria social	\$ 50,00
Dinamización de la comunidad	\$ 100.00
Articulación social	\$ 50,00
Formación para el diagnóstico	\$ 100,00
SUBTOTAL	\$ 350,00

Fuente: Valores referenciales

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

TABLA 31: Componente 5

GASTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	
DESCRIPCIÓN	RUBROS
Tríptico	\$ 1.500,00
Cuñas radiales	\$ 720,00
Carteleras	\$ 2500.00
Vallas	\$ 800,00
Organización de ferias	\$ 4.200,00
SUBTOTAL	\$ 9.900,00

Fuente: Valores referenciales

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

TABLA 32: Componente 6

GASTOS DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	
DESCRIPCIÓN	RUBROS
Alquiler de carpas	\$.300.00
Alquiler de mesas	\$ 100.00
Alquiler de sillas	\$ 12 0.00
Atención a autoridades	\$ 1. 00.00
Transporte	\$ 600.00
SUBTOTAL	\$ 2.120.00

Fuente: Valores referenciales

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

TABLA 33: Componente 7

GASTOS RESCATE CULTURAL	
DESCRIPCIÓN	RUBROS
Rescate de costumbres y tradiciones	\$.600.00
Prácticas de actividades culturales	\$.600.00
Desarrollo de festivales	\$ 1000.00
Proyectos culturales	\$ 200.00
SUBTOTAL	\$2400.00

Fuente: Valores referenciales

Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

TABLA 34 Presupuesto General

COMPONENTES	DETALLE	RUBROS
1	Gastos de logística, e investigación	\$ 1.850,00
2	Gastos de Gestión y movilización (Gobernanza y Asociatividad)	\$ 900,00
3	Gastos de Capacitación	\$ 7.000,00
4	Gastos de participación comunitaria	\$ 350,00
5	Gastos de Promoción y Publicidad	\$ 9.900,00
6	Gastos de organización de eventos	\$ 2.120,00
7	Rescate cultural	\$ 2.400,00
	Subtotal	\$ 24.520,00
	Imprevistos	\$ 2.452,00
	Subtotal	\$ 26.972,00
	IVA	\$ 2.697,420
	Total	\$ 29.669,4

Fuente: Valores referenciales para presupuesto
Elaborado por: Marlene De la A Rodríguez

4.13. CONCLUSIONES

Una vez realizado el estudio, del diseño de proyecto planteado y luego de estructurada la propuesta y habiendo dado cumplimiento a cada uno de los objetivos planteados se deduce que la comuna está en capacidad de emprender proyectos de desarrollo en beneficio de sus comunidades por lo que además se determina que con el desarrollo de la propuesta se han probado tanto los objetivos como la hipótesis propuestas por lo que se llegó a las siguientes conclusiones:

- ✧ Las estrategias planteadas hacen de la propuesta de turismo cultural un proyecto factible de desarrollar en la comuna Loma Alta.
- ✧ La guía de capacitación propuesta contribuyen a la formación del recurso humano en los diversos ámbitos, facilitando así la gestión comunitaria.
- ✧ Las actividades culturales propuestas tienen gran acogida en la comunidad por lo que sin duda alguna son elementos importantes para lograr el posicionamiento y rescate de los elementos de la cultura popular de la comunidad.
- ✧ El marketing representa una importante herramienta de difusión y promoción de las actividades turísticas culturales determinadas en la presente propuesta.

4.14. RECOMENDACIONES

A continuación se anotan las recomendaciones que se consideran de mayor relevancia y pueden sin duda alguna beneficiar de diversas maneras a la comunidad.

- ❖ Basar el desarrollo de la comunidad en la aplicación de las diferentes estrategias propuestas en el presente estudio.
- ❖ Capacitar a los prestadores de servicios y a la comunidad local sobre la importancia y el aprecio de los recursos culturales, así como medidas preventivas para evitar su deterioro.
- ❖ Incorporar las actividades culturales al desarrollo turístico de la Comuna Loma Alta, y crear medidas que contribuyan a minimizar los impactos negativos generados por dicha actividad, mediante la participación directa de la comunidad en la toma de decisiones sobre el uso de los recursos culturales locales.
- ❖ Hacer uso de las herramientas de Marketing para dar a conocer las actividades turísticas programadas y de esta manera lograr su posicionamiento en el plazo estipulado.

BIBLIOGRAFÍA

- Ander, E. (2002:173). La práctica de la animación socio cultural y el léxico del animador. Lima: Fondo Editorial.
- Boisier, S. (1999:53). Desarrollo Regional Endógeno de Chile. ¿utopía o necesidad?, en ambiente y desarrollo Vol.9. Santiago de Chile: CIPMA.
- CONFIE. (2008). Modulo de formación. Redes de protección integral, 21.
- CONFIE. (2009). Módulo de formación 3. Redes de protección integral, 35.
- David, F. (2003). Conceptos de administración estratégica. México: person educación de México.
- Dirección de Inteligencia Comercial e inversiones, P. (s.f.).
- FAO. (2007:7). Estudio sobre la tenencia de tierra. Buena Gobernanza en la tenencia y administración de tierra. Roma .
- FIT. (2008:15). Proyectos de Desarrollo Integral de Perú.
- García, M. P. (2011:23). El patrimonio Cultural: conceptos Básicos. España: Prensa Universitaria de Zaragoza.
- Gómez B, M. Á. (2005:15). Gestión del turismo cultural y de Ciudad. Sevilla: Ediciones de la Universidad de Castilla - la Mancha.
- Gómez, C. (2006:26). La Investigación Científica en Preguntas y Respuestas . Ambato: Corporación Uniandes .
- Guatemala, G. d. (2012: 5-11). Perfil de segmentos turísticos .
- Hax, A. (2004:25). Estrategias para el liderazgo competitivo. De la visión de los resultados. Buenos Aires: Garnica .
- Hernández D, E. A. (1991:39). Planificación turística.Un enfoque metodológico. México: Trilla.
- Hernández S, R. (1997:56). Metodología de la Investigación. Colombia: McGraw.
- Matilla, K. (2008:21). Los modelos de la planificación estratégica en la teoría de las relaciones públicas . Barcelona : UOC.
- Ministerio de Cultura del Ecuador. (2011). Patrimonio Cultural Alimentario.
- MINTUR. (2011). Barómetro Turístico .

- Molano, O. L. (2006). La Identidad Cultural, Uno de los Detonantes del Desarrollo Local . México .
- Moreno, J. (2008:32). Experiencias exitosas del Japón II: Conceptos y métodos del desarrollo endógeno/desarrollo participativo. Tarma.
- Océano, G. (2006:208 - 3003). Enciclopedia del Ecuador . Barcelona : Océano Centum.
- Olmos, L. (2011:23). Hostelería y Turismo. Estructura del mercado turístico. Madrid: ROGAR.
- Paredes, W. (2011:51). Investigación Acción. RIJABAL.
- PNUD. (2012). Estrategias de desarrollo turístico . Santiago.
- protección, R. d. (2006). Guía de operadores nº1. Redes de servicios especializados de atención integral para la niñez y sus familias, 15.
- Quezada Castro, R. (2010:100). Elementos del Turismo. Teoría, clasificación y actividad. Costa Rica: Eumed.
- Rodríguez, I. (2006:27-71). Principios y estrategias de Marketing. Madrid : UOC.
- Rosales, E. (20 de Julio de 2010). Datos históricos de la comunidad de Suspiro. (M. D. A, Entrevistador)
- Sabino, C. (1992:68). El Proceso de Investigación . Caracas: Pnamericana.
- Toledo, É. Y. (2002:17). Elementos de Metodología de la Investigación. La Habana.
- Ubidia, A. (2008:57). Cuentos, leyendas, mitos y casos del Ecuador, segunda edición . Quito: Librimundo.
- UNESCO. (2001). Informe Mundial Sobre la Cultura.
- UNESCO. (2008:5). Carpeta sobre información sobre patrimonio mundial.
- UNESCO. (2010). Qué es el Patrimonio Cultural Inmaterial .
- www.monografía.com. (9 de Junio de 2009). Recuperado el 15 de Agosto de 2011

ANEXOS

ANEXO 2: Encuestas y entrevistas

	Universidad Estatal Península Facultad de Ciencias Administrativas Escuela de Hotelería y Turismo
	Encuesta dirigida a turistas

Objetivos: La presente tiene como finalidad conocer su opinión acerca del Desarrollo del Turismo Cultural como Estrategia de Desarrollo Participativo para Comuna Loma Alta. Para la cual agradezco su opinión.

Formulario _____

- Datos Generales**
Género: Masculino Femenino
- Edad**
16 - 25 26 - 33 34 - 45 46 - 60 más de 60
- Educación**
Primaria Secundaria Técnico Superior
- Lugar de procedencia _____
- ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?
Vacaciones Negocios Estudios Deporte
Salud otros
- ¿A través de qué medios conoció la existencia de Loma Alta?
Web Televisión Amigos otros
- ¿Cuánto tiempo permanecerá Loma Alta?
Un día tres días Una semana Dos semanas tres semanas
un mes
- Loma Alta desarrolla ecoturismo como actividad turística. Considera necesaria la diversificación del producto turístico?
SI NO
- En la comuna Loma Alta se prevé desarrollar el turismo cultural intangible como alternativa de desarrollo. Le gustaría participar de esta actividad?
SI NO
- ¿Qué tipo de actividades recreativas propondría para el desarrollo del turismo cultural intangible como estrategia de desarrollo en la comuna Loma Alta?
Ferias artesanales y gastronómicas Eventos religiosos
Festivales folklóricos Actividades recreativas Tradición oral

¡Muchas Gracias por su tiempo!



Universidad Estatal Península
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Hotelería y Turismo

Entrevista dirigida al cabildo

Formulario _____

Objetivos: La presente tiene como finalidad conocer su opinión acerca del Desarrollo del Turismo Cultural como Estrategia de Desarrollo Participativo para Comuna Loma Alta.

Datos Generales

1. Nombre de la Institución _____
2. Nombre del entrevistado _____
3. Cargo que desempeña _____
4. Tiempo en el Cargo _____
5. Nivel de educación _____
6. ¿Conoce los recursos culturales de su comunidad?

7. ¿En su opinión cuáles son los recursos culturales más relevantes de su comunidad?

8. ¿Cuál ha sido la participación de su cabildo en los procesos de desarrollo turístico?

9. ¿El presente estudio aspira lograr el desarrollo del turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo en la Comuna Loma Alta.Cuál es su opinión al respecto?

10. ¿En su opinión, qué necesita la comunidad para emprender programas de desarrollo en beneficio de sus habitantes?

11. ¿Qué tipos de estrategias propondría usted para incentivar la participación de la comunidad?

Sugerencias

¡Muchas gracias!



**Universidad Estatal Península
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Hotelería y Turismo**

Encuesta aplicada a la comunidad

Objetivos: La presente tiene como finalidad conocer la opinión de la comunidad acerca del Desarrollo del Turismo Cultural como Estrategia de Desarrollo Participativo para Comuna Loma Alta.

Formulario_____

1. Datos Generales

Género: Masculino Femenino

2. Edad

16 - 25 26 - 33 34 - 45 46 - 60
más de 60

3. Educación

Primaria Secundaria Técnico Superior

4. ¿Conoce usted los atractivos turísticos culturales de Loma Alta?

SI NO

5. ¿Le gustaría que en la comunidad exista un sitio dedicado a las actividades recreativas?

SI NO

6. ¿Cree usted, que implementar un proyecto turístico cultural generará plazas de trabajo para los pobladores de la zona?

SI NO

7. ¿Qué tipo de aceptación daría la comunidad a un proyecto turístico cultural en la zona?

Muy aceptable Bastante aceptable
Aceptable
Poco aceptable Nada aceptable

8. ¿Le gustaría que su comunidad sea identificada como destino turístico cultural?

SI NO

9. ¿Estaría dispuesto a mostrarle a otras personas las costumbres y tradiciones de su comunidad?

SI NO

10. ¿Cree usted que a través del turismo se fomentaría el Desarrollo de la comuna Loma Alta?

SI NO

11. ¿Ha participado en algún proyecto cultural en su comunidad?



**Universidad Estatal Península
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Hotelería y Turismo**

Entrevista dirigida a representante de instituciones

Formulario_____

Objetivos: La presente tiene como finalidad conocer su opinión acerca del Desarrollo del Turismo Cultural como Estrategia de Desarrollo Participativo para Comuna Loma Alta. Para la cual agradezco su opinión.

Datos Generales

- 1. Nombre de la Institución_____**
- 2. Nombre del entrevistado_____**
- 3. Cargo que desempeña_____**
- 4. Tiempo en el Cargo_____**
- 5. Título Profesional_____**
- 6. ¿Los recursos culturales como alternativas de desarrollo turístico, están ganando más adeptos en la actualidad, qué tipos de estrategias propondría usted para lograr su posicionamiento en la zona?**

- 7. ¿Cuál ha sido la participación de su organización en los procesos de desarrollo local?**

- 8. ¿El patrimonio Cultural intangible, para su desarrollo necesita la participación de todos, en su opinión. Qué estrategias se debería aplicar para lograr la participación activa de la mujer?**

- 9. ¿El presente estudio aspira lograr el desarrollo del turismo cultural como estrategia de desarrollo participativo en la Comuna Loma Alta. Considera usted que la mencionada comuna está capacitada para desarrollar con éxitos esta actividad y lograr su posicionamiento a corto plazo?**

- 10. ¿De qué manera la institución a la que representa apoyaría el desarrollo de la presente propuesta?**

Sugerencias

¡Muchas gracias!

ANEXO 3: Inventario de Atractivos Turístico Culturales de Loma Alta

FICHA 1. FIESTAS PATRONALES

DATOS GENERALES

Nombre del atractivo: Fiestas patronales “Virgen de las Mercedes”

Categoría: Acontecimientos programados

Tipo: Fiesta

Subtipo: Patronales

Jerarquía: **III**

UBICACIÓN

Latitud: 1 52´ S

Longitud: 80 31´ O

Provincia: Santa Elena

Ciudad y/o Cantón: Santa Elena

Parroquia: Colonche

Sector: Loma Alta



CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Poblado: Barcelona

Distancia: 6 Km.

Poblado: Valdivia

Distancia: 10 Km.

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO

Con profunda fe cristiana la Comunidad de Loma Alta celebra cada 24, 25 y 26 de septiembre desde 1968 una fiesta religiosa en honor a su patrona “Virgen de las Mercedes”. Esta celebración tiene gran acogida por los devotos. Dichas fiestas se inician una semana antes con la novena, pregón, elección y coronación de la reina. La novena consiste en rezos en casas de las familias que invitan a la virgen a pasar un día con ellos, además se sirve aperitivos a los presentes de acuerdo a la tradición.



VALOR EXTRÍNSECO

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

El atractivo se encuentra conservado debido a que la comunidad desde 1968 la mantiene con las mismas características, esto es lo que aún sigue despertando el interés de sus pobladores ya que no importa a dónde los haya llevado el destino, siempre regresan a la comunidad con el fin de renovar su fe religiosa.

Durante la celebración de las fiestas se desarrollan los juegos tradicionales como las deportivas, torneos de medias y pañuelos, palo encebado, las vacas locas, los ensacados, el huevo en la cuchara, entre otros. Por lo general en estos juegos participan los niños y los jóvenes con la finalidad de divertir a los presentes.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VÍAS DE ACCESO VÍAS

TERRESTRE: Monoriego asfáltico – Regular

ACUÁTICO: Ninguno

AÉREO: Ninguno

TRANSPORTE: Bus, 4 x 4, automóvil, Moto, Bicicletas

ACCESO:

DÍAS AL AÑO: 1 vez al año

DÍAS AL MES: 7 días

HORAS AL DÍA: 24 horas al día



INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

AGUA: Entubada, tratada y de pozo

ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema Interconectado

ALCANTARILLADO: Pozo Séptico

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Colonche	10 Km
Febres Cordero	20 Km

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

La difusión del atractivo actualmente es provincial debido a la migración de sus habitantes. Los fieles católicos año a año hacen un alto a sus actividades diarias para rendirle homenaje a su patrona.

FICHA 2.

ARTESANÍAS

Nombre del atractivo: Artesanía tagua, paja toquilla

Categoría: Folklore

Tipo: arte y artesanías

Jerarquía: IV

UBICACIÓN

Latitud: 1 52´ S

Longitud: 80 31´ O

Provincia: Santa Elena

Ciudad y/o Cantón: Santa Elena

Parroquia: Colonche

Sector: Loma Alta



CENTRO URBANO MÁS CERCANOS

Poblado: Valdivia

Distancia: 10 Km.

Poblado: Montañita

Distancia: 35 Km.

CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO

VALOR INTRÍNSECO

Altura: 200 -830 m.s.n.m.

Temperatura: 24 – 26 °C.

Precipitación: 125 -250 mm

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

Descripción: Conocida como tagua, marfil vegetal o mococho, pertenece a la familia Arecaceae, su **nombre científico es** *Phytelephas pittieri*. Es una palmera de tronco normalmente solitario, corto y subterráneo o levemente postrado, de 1-4m de altura, cubierto algún tiempo por las vainas de las hojas viejas. Hojas erectas, con vaina cerca de 40 cm de longitud, de color pardo-verdoso, con 67-81 pares de pinnas dispuestos de manera regular en un mismo plano.



Inflorescencia estaminada, de color crema a pardo-oscuro, muy densamente dispuestas. Flores pistiladas en cabezuelas de 8-10 flores. Frutos con protuberancias delgadas, en cabezuelas con muchas semillas.



<http://aprendeenlinea.udea.edu.co/ova/?q=node/587>

La paja toquilla es una hierba perenne de la familia Cyperaceae, con tallos en el subsuelo llamados rizomas, se la siembra a una distancia de 4 x 4 metros; crece formando grupos de hasta 23 plantas.



Lugar de venta:

Los artesanos (6 artesanos), elaboran y comercializan el producto terminado en sus propios hogares, los mismos que son adecuados como taller para su elaboración.

Calidad del producto:

Los artesanos se esmeran porque la calidad y variedad de los diseños de sus productos, sean los que exige la demanda.

Materiales utilizados:

El material a utilizar para la elaboración de las artesanías son: lija de madera, broca, dremel, esmeril, prensa, pulimento, pegamento, ganchos, broches, ligas, entre otros.

Persona que elabora:

Son tres las familias, las que se dedican a elaborar las piezas artesanales de diferentes estilos, estas han pasado a formar parte de la economía familiar desde 1997, año en que se creó la reserva Comunal y se empezó a desarrollar ecoturismo, lo que además abrió mercado a sus productos contribuyendo así a mejorar los ingresos familiares.

VALOR EXTRÍNSECO

Uso (simbolismo)

La palma de donde procede la tagua es conocida en la zona como cade, sus hojas son aprovechadas como techo de algunas casas en la comunidad, su fruto viene en racimos y este es la base para la elaboración de las artesanías con la ingeniosa habilidad de los artesanos que la crean y le dan su toque personal que gusta tanto en los mercados internacionales.

La paja toquilla en cambio se aprovecha el tallo, el mismo que una vez limpio, cocinado y secado es utilizado para realizar bolsos, carteras, y son la materia prima para la elaboración de sombrero, recientemente declarado Patrimonio Cultural inmaterial del Ecuador.



Estado de conservación del atractivo:

El atractivo se encuentra en estado de conservación, ya que su producto contribuye a mejorar las economías familiares.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VÍA DE ACCESO

VÍAS:

TERRESTRE: Monoriego asfáltico – Regular

ACUÁTICO: Ninguno

AÉREO: Ninguno

TRANSPORTE: Bus, 4x4, automóvil, Moto, Bicicletas

ACCESO:

DÍAS AL AÑO: 3 veces al año

DÍAS AL MES: 30 días

HORAS AL DÍA: De acuerdo a la necesidad



INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: Entubada, tratada y de pozo

ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema Interconectado

ALCANTARILLADO: Pozo Séptico

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

Valdivia	10 Km
Sitio Nuevo	20 Km

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

El atractivo es difundido internacionalmente ya que debido a la calidad y variedad de sus diseños, estos han conseguido situarse en las importantes ferias que año a año se realizan en los Estados Unidos, además las artesanías son muy cotizadas en los centros educativos de ese País.

FICHA 3. HALCÓN REIDOR

DATOS GENERALES

Nombre del atractivo: Halcón reidor
Categoría: Folklore
Tipo: Creencias populares
Subtipo: Mitos
Jerarquía: II



UBICACIÓN

Latitud: 1 52´ S
Longitud: 80 31´ O
Provincia: Santa Elena
Cantón: Santa Elena
Parroquia: Colonche
Sector: Loma Alta

CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Poblado: Barcelona	Distancia: 7 Km.
Poblado: Montañita	Distancia: 35 km

El Halcón reidor, es una especie de ave falconiforme de la familia Falconidae, su nombre científico es *Herpetotheres cachinnans*. Habita en toda América Latina, pero es en las costas de México donde se la encuentra en mayor abundancia, su bocado preferido son las serpientes más venenosas, cuando caza a su presa emite un canto que suena a cachondeo.

“Además, a ello se une su peculiar rostro, dotado de una máscara negra en la cara, a la altura de los ojos, lo cual le da el aspecto de un antifaz que lo convierte en el equivalente al personaje de El Zorro en versión animal, emulando a uno de los justicieros más famosos y al que del mismo modo también le gustaba cachondearse de sus enemigos”.
(www.avesdechile.cl/315.htm)

Tiene varias denominaciones: Halcón guaco, Halcón risueño, guaicurú, al encontrarse en toda América, toma su nombre dependiendo del Lugar, es así que en Ecuador se lo conoce como Valdivia y en la zona, con el nombre de Maco.

CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO

Su canto presagia muerte, según la creencia popular, en la comunidad aseguran que en su canto dice “al hueco va”.

VALOR EXTRÍNSECO

Uso (simbolismo)

Su valor radica en que forma parte de la tradición oral y han sido contados de generación en generación de padres a hijos y hoy son contados por los pobladores a los turistas.

Estado de conservación del atractivo:

El atractivo se encuentra en deterioro ya que las nuevas generaciones han perdido el interés a pesar que la población adulta se empeña en conservar la tradición que por generaciones reunió a las familias.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VÍAS

TERRESTRE: Ninguno

ACUÁTICO: Ninguno

AÉREO: Ninguno

TRANSPORTE: Bus, 4x4, automóvil, Moto, Bicicletas

TEMP. DE ACCESO:

DÍAS AL AÑO: 335 días del año

DÍAS AL MES: 30

HORAS AL DÍA: 24

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: No aplica

ENERGÍA ELÉCTRICA: No aplica

ALCANTARILLADO: No aplica

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Los mitos como parte de la tradición oral son asociados entre sí ya que tiene el poder de entretener al visitante por lo que se lo asocia con el día de difunto con la finalidad de que estos perduren en el tiempo.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

El atractivo por no ser universal es poco conocido por lo que su difusión es local.

FICHA 4. DÍA DE DIFUNTOS

DATOS GENERALES

Nombre del atractivo: Día de difuntos

Categoría: Folklore

Tipo: Creencias populares

Subtipo: Mito

Jerarquía: III

UBICACIÓN

Latitud: No aplica

Longitud: No aplica

Provincia: Santa Elena

Ciudad y/o Cantón: Santa Elena

Parroquia: Colonche

Sector: Loma Alta

CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Poblado: Barcelona

Distancia: 7 Km.

Poblado: Montañita

Distancia: 35 km

VALOR INTRÍNSECO DEL LUGAR

Este día representa también un mito no solo para la comunidad de Loma Alta, sino también para todos los católicos del mundo que creen que existe otra vida más allá de la muerte y en base a sus creencias realizan ofrendas a la memoria de sus muertos.

VALOR EXTRÍNSECO

Uso (simbolismo)

Los mitos son parte de la cultura popular en la que se ofrenda a los difuntos su plato preferido por lo que se lo asocia con la gastronomía local.

Estado de conservación del atractivo:

En deterioro ya que las nuevas generaciones van perdiendo el interés por la tradición de ahí la importancia de conservarlo ya que la población adulta se empeña en conservar esta tradición como un tributo a sus antepasados.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VÍAS

TERRESTRE: Ninguno

ACUÁTICO: Ninguno

AÉREO: Ninguno

TRANSPORTE: Bus, 4x4, automóvil, Moto, Bicicletas

TEMP. DE ACCESO:

DÍAS AL AÑO: 1 vez al año

DÍAS AL MES: 2 días

HORAS AL DÍA: 24

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: No aplica

ENERGÍA ELÉCTRICA: No aplica

ALCANTARILLADO: No aplica

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

El atractivo se lo puede considerar tanto un mito por la creencia de los católicos al creer que existe una vida después de la muerte, como una costumbre ya que se lo celebra año a año y como una tradición porque se celebra con guagua de Pan, arroz con lenteja, dulce de arroz con leche, entre. Estos platillos son compartidos con los visitantes a la voz de: Ángeles somos, del cielo venimos pan pedimos.....

Difusión del atractivo

La difusión del atractivo es Regional.

FICHA 5. PLANTAS MEDICINALES

DATOS GENERALES

Nombre del atractivo: Plantas medicinales

Categoría: Folklore

Tipo: Creencia popular

Subtipo: Costumbre

Jerarquía: II

UBICACIÓN

Latitud: 1° 52' S

Longitud: 80° 38' O

Provincia: Santa Elena

Ciudad y/o Cantón: Santa Elena

Comuna: Loma Alta



CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO

Descripción

Albahaca: Su nombre científico es. *Ocimum basilicum*, es una hierba anual, silvestre y cultivada, se cultiva únicamente por semillas, usualmente a principios de la primavera, también se suele cultivar en invernaderos especialmente en zonas tropicales, aunque agradece el sol, requiere algo de fresco y suelos húmedos y permeables, es una planta muy sensible a las heladas. Su crecimiento suele estar entre los 40 a 60 cm, sus hojas son ovadas pecioladas y de un verde lustroso. La Albahaca genera espigas florales terminales con flores tubulares en colores que van del blanco a tonos de violeta.

“Su origen no es claro, al parecer, de la Europa mediterránea, aunque actualmente es cultivada en todo el mundo, en Europa se cultiva desde hace siglos”.
<http://www.misabueso.com/salud/Albahaca>

Características del Mal de ojo

Conocido en la comunidad como ojeado, se presenta con vómitos y diarreas, malestar en el cuerpo, para curarlo se ubica al curandero del pueblo para que le “sacuda” o le sobe y le pase el huevo. La sacudida y / o sobada se realiza con ramito o albahaca (no albahaca de comer), el ramito primeramente es asado luego frotado en el cuerpo del paciente durante tres días, para la albahaca en cambio se necesita “puro” para “sobar”, finalmente se frota el huevo por el cuerpo y se lo deposita en un vaso con agua, esto se realiza las veces que sean necesarias, es decir hasta que del huevo no salgan finos hilos que determinan la gravedad de la enfermedad.

Conservación de la tradición

Aun cuando en la comunidad se conserva la tradición, esta es débil por lo que se debe manejar con cuidado, ya que es parte de la cultura y representa un gran valor intangible para la comunidad.

VALOR EXTRÍNSECO

Uso (simbolismo)

La albahaca es especialmente apreciada por sus usos culinarios y existen diversas especies cultivadas alrededor del mundo, no sólo por sus virtudes en la gastronomía, sino también por sus bondades medicinales.

La comunidad hace uso de sus conocimientos ancestrales y utiliza las plantas medicinales como lo que llaman “remedios caseros”, cuando hace falta un médico y la utilizan como digestivo, dermatológico, cuando se tiene problemas respiratorios y por su puesto para curar el mal de ojo.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

La comunidad conserva este atractivo como tradición oral ya que es importante no solamente porque es parte de la cultura sino porque debido a la distancia en que se encuentran los centros de salud, el conocimiento sobre el uso de las plantas medicinales puede marcar la diferencia entre la vida y la muerte en algunos casos.

Entorno

El estado de conservación del entorno es conservado debido a que en la comunidad aún se cree en el poder que tienen algunas plantas para curar algunas dolencias.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VÍAS

TERRESTRE: Ninguno

ACUÁTICO: Ninguno

AÉREO: Ninguno

TRANSPORTE: No aplica

TEMP. DE ACCESO: No aplica

DÍAS AL AÑO: No aplica

DÍAS AL MES: No aplica

HORAS AL DÍA: No aplica

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: No aplica

ENERGÍA ELÉCTRICA: No aplica

ALCANTARILLADO: No aplica

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

La difusión del atractivo es provincial.

FICHA 6. BIBLIOTECAS

DATOS GENERALES

Nombre de atractivo: Claude Nathan & Larry Evereen

Propietario: Comuna Loma Alta

Categoría: Manifestaciones culturales

Tipo: Arquitectura y espacios urbanos

Sub Tipo: Bibliotecas

Jerarquía: III

UBICACIÓN

Latitud: 1⁰ 52' S

Longitud: 80⁰ 38' O

Provincia: Santa Elena

Cantón: Santa Elena

Parroquia: Colonche

Sector: Loma Alta (Loma Alta, Suspiro)

CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Poblado: Santa Elena Distancia: 55,8 Km.

Poblado: Salinas Distancia: 67,7 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

Altura: 400 – 700 m.s.n.m

Temperatura: 24 – 26 C

Precipitación: 1080 – 1200 Mm

Latitud: 1⁰ 53'S

Longitud: 80⁰ 38'O

Tanto el centro de Aprendizaje de Loma Alta como el de Suspiro, son modernas construcciones equipadas con el material necesario para facilitar el aprendizaje de la comunidad estudiantil de la Comuna y sus alrededores.

VALOR EXTRÍNSECO

Usos (Simbolismo)

Las bibliotecas en las comunidades de Suspiro y Loma Alta además de centro de aprendizaje, son utilizadas para dictar talleres, centros de salud, es decir que son adecuadas a las necesidades de la población.

Estado de conservación del atractivo:

Su estado es conservado debido a que sus principales gestores se preocupan porque estas cumplan su función para las que fueron creadas.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VÍAS

Terrestre: Monoriego asfáltico - Regular

Acuático: Ninguno

Aéreo: Ninguno

Transporte:

Bus, automóvil, 4 x4, otros.

TEMP. DE ACCESO

Días al año: 365

Días al mes: 30

Horas al día: 24

TIPO DE TRANSPORTE

A las zonas urbanas, las personas se pueden trasladar en los buses de la Cooperativa de transporte público 2 de Noviembre que realizan su recorrido desde la comunidad hasta la Ciudad de la Libertad cada 30 minutos. En Barcelona existen motocicletas que transportan a Loma Alta por un valor de USD 0,50. Si la visita es solo de un día es recomendable hacerlo muy temprano. La entrada al atractivo es libre.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: Entubada, tratada y de pozo

ENERGÍA: Sistema interconectado

ALCANTARILLADO: Pozo séptico

ASOCIACIONES CON OTROS ATRACTIVOS

Es importante destacar que se lo puede asociar con la comunidad de Barcelona y Sinchal que brindan este servicio a su comunidad.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

El atractivo tiene difusión provincial ya que a ellas recurren personas interesadas en obtener nuevos conocimientos, en ocasiones en determinados temas como filosofía, arte, medio ambiente y otros.

FICHA 7. DÍA DEL MEDIO AMBIENTE

DATOS GENERALES

Nombre de atractivo: Día del Medio Ambiente

Propietario: Comuna Loma Alta

Categoría: Acontecimientos programados

Tipo: Evento

Sub Tipo:

Jerarquía: III

UBICACIÓN

Latitud: 1⁰ 52' S

Longitud: 80⁰ 38' O

Provincia: Santa Elena

Cantón: Santa Elena

Parroquia: Colonche

Sector: Loma Alta

CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Poblado: Santa Elena Distancia: 55,8 Km.

Poblado: Salinas Distancia: 67,7 Km.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

Altura: 400 – 700 m.s.n.m

Temperatura: 24 – 26 C

Precipitación: 1080 – 1200 Mm

Latitud: 1⁰ 53' S

Longitud: 80⁰ 38' O

El día del medio ambiente se lo clasifica dentro de las manifestaciones culturales ya que en este día la comunidad realiza desfile cívico en el que participan la comunidad estudiantil con comparsas, exposiciones de carteles alusivos a la fecha, concursos, teatro, entre otros, programado por las escuelas de la comunidad, luego de estos acontecimientos, el cabildo de la comuna ofrece un aperitivo a los participantes

VALOR EXTRÍNSECO

Usos (Simbolismo)

El cabildo hace uso del 5 de Junio para concienciar a su población sobre la importancia de preservar el medio que les rodea, los actos que se desarrollan en este día contienen mensajes explícitamente sobre el medio ambiente.



Estado de conservación del atractivo:

Su estado es conservado debido al interés que muestran las autoridades tanto locales como las estatales involucradas en estas actividades que en este día se hacen presente para contribuir con su presencia al éxito de los acontecimientos a desarrollarse en este día.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO**VÍAS**

Terrestre: Monoriego asfáltico - Regular

Acuático: Ninguno

Aéreo: Ninguno

Transporte:

Bus, automóvil, 4 x4, otros.

TEMP. DE ACCESO

Días al año: 365

Días al mes: 30

Horas al día: 24

TIPO DE TRANSPORTE

A las zonas urbanas, las personas se pueden trasladar en los buses de la Cooperativa de transporte público 2 de Noviembre que realizan su recorrido desde la comunidad hasta la Ciudad de la Libertad cada 30 minutos. En Barcelona existen motocicletas que transportan a Loma Alta por un valor de USD 0,50. Si la visita es solo de un día es recomendable hacerlo muy temprano. La entrada al atractivo es libre.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: Entubada, tratada y de pozo

ENERGÍA: Sistema interconectado

ALCANTARILLADO: Pozo séptico

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

El atractivo tiene difusión provincial ya que a ellas recurren personas interesadas en apoyar la conservación del medio ambiente basados en el total deterioro en que se encuentra el medio que nos rodea por causa del desinterés que hasta hace poco mostraron las autoridades al respecto.

Anexo 4: Fotos



Fuente: Defensoría Comunitaria, Antonio Gonzabay

Día del Medio Ambiente



Fuente: Marlene De la A

Artesanías



Fuente: People Allied For Nature

Entrevista con la Lcda. Vanesa Gómez



Entrevista con artesanos de Suspiro



Fuente: Artesanos de Suspiro

Elaborado por: Marlene de la A

